

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Samantha Brasil Calmon de Oliveira

**SOBRE HOMENS E CÃES:**

Um estudo antropológico sobre afetividade, consumo e distinção

Rio de Janeiro

2006

Samantha Brasil Calmon de Oliveira

**SOBRE HOMENS E CÃES:**

Um estudo antropológico sobre afetividade, consumo e distinção

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia, do Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Sociologia (com concentração em Antropologia).

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>o</sup>. Mirian Goldenberg

Rio de Janeiro

2006

SOBRE HOMENS E CÃES:

Um estudo antropológico sobre afetividade, consumo e distinção

Samantha Brasil Calmon de Oliveira

Orientadora: Mirian Goldenberg

---

(Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Mirian Goldenberg, IFCS/UFRJ)

---

(Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Yvonne Maggie, IFCS/UFRJ)

---

(Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Marta Peres)

Rio de Janeiro  
2006

OLIVEIRA, Samantha Brasil Calmon de

Sobre Homens e Cães: Um estudo antropológico sobre  
afetividade, consumo e distinção.

PPGSA/IFCS/UFRJ

Tese: Mestre em Sociologia e Antropologia

1. Afetividade
2. Consumo
3. Distinção
4. Cães

Dedico esta dissertação aos meus pais, Antonio e Edna,  
meu irmão Antonio Junior, e ao meu cão "Bravo", pois  
sem ele, não surgiria o interesse pelo universo pesquisado.

## RESUMO

OLIVEIRA, Samantha Brasil Calmon de. ***Sobre Homens e Cães: Um Estudo antropológico sobre afetividade, consumo e distinção.*** Rio de Janeiro, 2006. Dissertação (Mestrado em Sociologia e Antropologia). IFCS/ PPGSA, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

Esta pesquisa discute como e porquê ocorre uma profunda relação entre as pessoas e seus cães de estimação nas modernas cidades cosmopolitas, como é o caso do Rio de Janeiro. Neste estudo, as categorias trabalhadas foram afetividade, consumo e distinção, pois foram categorias que se demonstraram fundamentais para a compreensão do universo pesquisado. Os grupos de estudo se dividem em dois pólos de uma mesma relação que tem no cão o elemento mediador das relações sociais. Através de pesquisas etnográficas, veremos, em um primeiro momento, a experiência de proprietários que vêem esses animais como "pessoas", que atingem o status de "membros da família" humana com que vivem. Neste caso, estamos na esfera da afetividade, onde uma série de características das grandes cidades modernas se mostra decisiva na mudança de percepção frente aos animais de estimação. Em um outro pólo, encontram-se os criadores de cães que se definem e se representam através de seus animais, fazendo com que estes tenham uma importante função de distinção social. Permeando a esfera da afetividade e da distinção, encontramos no consumo de cães e para os cães um ponto de contato entre os dois grupos pesquisados, mesmo que esse consumo ocorra de forma diferenciada.

## **ABSTRACT**

This research discusses how and why a deep relationship between people and dogs is established in modern cosmopolitan cities, like Rio de Janeiro. In this study, the categories of affectivity, consumption and distinction were used in as much as they become very important in order to understand the empirical universe. The groups of study are divided in two distinct poles which have the dog as the element of mediation amongst social relations. Through ethnographical researches, we will discuss, in a first moment, the experience of dogs owners who perceive these animals as people, which become members of the human family with which they live. In this case, we are in the realm of affectivity, where a set of characteristics of the big modern cities is crucial in the change of perception about pets. In another pole, there are breeders that define and represent themselves through their pets, which have an important role of social distinction. In these both poles, we have the consumption of and for dogs, which works as a point of contact between the two researched groups, even if this consumption occurs in a differentiated way.

## AGRADECIMENTOS

Um trabalho de pesquisa é sempre cheio de conquistas que se divide em momentos de: tensão, devido a prazos e dificuldades encontradas ao longo do percurso; e alegria, quando concluímos mais um capítulo e encontramos algumas possíveis respostas para as hipóteses levantadas. Mas, com sua conclusão, certamente há um momento de realização e vitória. E para exteriorizar a minha felicidade em ter encerrado mais uma etapa da minha vida acadêmica gostaria de agradecer a minha orientadora, Mirian Goldenberg, por acreditar no meu tema de pesquisa, um tanto quanto inusitado na área de antropologia, aceitando orientar-me em um momento de muitas dificuldades na minha vida pessoal. Obrigada por todo o apoio e compreensão nos momentos de maior dificuldade e agradeço, principalmente, pelo cuidado e prontidão com que sempre me atendeu.

Agradeço também aos professores Marco Antonio Gonçalves e Emerson Giumbelli que sempre se interessaram pelo meu trabalho, emprestando livros para consulta ou indicando referências bibliográficas de pesquisa. Suas aulas foram muito úteis para pensar algumas questões referentes a esta pesquisa.

Ao CNPq, agradeço pela concessão da bolsa de pesquisa que permitiu a realização deste trabalho e a todos que integram o Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia desta instituição – que me permitiu desenvolver minha pesquisa na mais perfeita harmonia.

Com carinho, agradeço a todos os colegas da turma de mestrado que sempre se mostraram solícitos em se tornar objeto desta pesquisa pelo fato de serem proprietários de cães. Por todas as vezes em que conversamos sobre seus momentos de intimidade com os animais, na cantina, em restaurantes durante o almoço ou nos corredores do IFCS. Mariana Massena e Carla Pereira foram companheiras sempre prontas a atender aos meus pedidos,



contribuindo de forma valiosa para a conclusão desta dissertação. Jonas Henrique estava sempre por perto, apoiando-me e incentivando-me nos momentos em que o desânimo tomava conta da pesquisadora.

Em especial, agradeço ao meu irmão e colega de trabalho Antonio Brasil Junior, por todo o apoio, incentivo e carinho com que me ajudou ao revisar a dissertação e indicar-me leituras de apoio a fim de facilitar a compreensão teórica de alguns assuntos. Além, é claro, de meus pais que foram peças fundamentais para que a estrada a ser percorrida ao longo desses dois anos de trabalho não fosse tão penosa.

Agradeço também as amigas, Flávia, Talita, Tatyana e Alessandra que sempre souberam entender meus momentos de angústia, apoiando-me nesta fase turbulenta da vida em que tive que pesquisar e escrever minha dissertação. Jorge Almeida, amigo de todas as horas, sem o qual esta pesquisa não existiria, pois foi o responsável por me introduzir no universo das Exposições caninas.

Um obrigado muito sincero a todos que participaram da minha pesquisa, proprietários de cães, criadores, handlers, tosadores, proprietários de Pet Shops, veterinários, adestradores que me proporcionaram todo o conhecimento necessário para realizar este trabalho.

## SUMÁRIO

<b>Introdução.....</b>	<b>09</b>
• Metodologia.....	22
<b>Capítulo 1 – A Dimensão da Afetividade.....</b>	<b>25</b>
• Afetividade com Cães: Elo de ligação com o universo sobrenatural.....	42
<b>Capítulo 2 – Cães como Objetos de Consumo.....</b>	<b>56</b>
• Pet Shop.....	57
• Banho e Tosa.....	58
• Mercado Pet no Brasil.....	65
• Observando uma Pet Shop mais de perto.....	76
• Exposições de Beleza de Cães – Um consumo diferenciado.....	84
<b>Capítulo 3 – Cães como Elementos de Distinção entre Homens.....</b>	<b>91</b>
• Exposição Mundial de 2004 – Rio de Janeiro.....	102
• Participando de uma Exposição.....	109
• O modismo de uma raça.....	116
• Exposição Mundial de 2005 – Buenos Aires.....	121
<b>Considerações Finais.....</b>	<b>130</b>
<b>Referências Bibliográficas.....</b>	<b>139</b>

## INTRODUÇÃO

O objetivo dessa pesquisa é buscar compreender como se organizam as categorias de pensamento e o modo de vida das pessoas que têm animais de estimação como objeto simbólico de identificação e distinção social. Os indivíduos em questão são aqueles que percebem seus animais como algo além de simples seres que compartilham de seu cotidiano. Muitas vezes eles fazem parte da renda doméstica de suas famílias, mas, além da utilidade material e prática que os animais exercem nesse ambiente, o interesse maior desse estudo é tentar compreender porque determinado grupo de pessoas utiliza animais de estimação e não outro objeto qualquer para se representar e, principalmente, se distinguir na sociedade.

Um dos grupos pesquisado se identifica como "proprietários de cães" e o outro como "criadores de cães". A opção em pesquisar pessoas que possuem cães, especificamente, como o principal animal de estimação, é, entre outras motivações que mostrarei ao longo do trabalho, devido a sua superioridade numérica ao se comparar com outras espécies que servem de animal de estimação nos grandes centros urbanos do Brasil.

Existem diversos tipos de animais sendo comercializados e classificados como "de estimação". Dentre eles pode-se encontrar desde os mais convencionais como gatos, pássaros, peixes, tartarugas e cágados, até os mais exóticos, como cobras, aranhas, iguanas, escorpiões dentre outros, comercializados legalmente e de forma regular. Pode-se comprovar este fato através de dados fornecidos pela Organização Mundial de Saúde que calcula que haja em torno de seiscentos milhões de cães no mundo.

O que parece mais significativo, para este estudo, é o fato de o Brasil ter a segunda maior população mundial de animais de estimação, com vinte e sete milhões de cães (englobando os de companhia e os abandonados), perdendo somente para os Estados

Unidos. A Confederação Brasileira de Cinofilia<sup>1</sup> (CBKC) contabiliza oitenta e três Kennel Clubes<sup>2</sup>, que comprovaram mais de noventa e dois mil registros genealógicos em 2003. Ao levar-se em consideração que o segundo colocado no *ranking* de nascimentos de animais de estimação no Brasil é o gato, com onze milhões, pode-se constatar que o cão é quase três vezes mais expressivo no segmento de animais de estimação. Não é à toa que se compartilha em nossa sociedade do jargão popular de que “o cão é o melhor amigo do homem”.

Certamente nem sempre a relação dos humanos com os animais foi como é atualmente. No primeiro capítulo, trato da dimensão de afetividade entre homens e cães. Segundo Keith Thomas (2001), “para entender tais sentimentos atuais devemos retornar ao início do período moderno. Com efeito, foi entre 1500 e 1800 que ocorreu uma série de transformações na maneira pela qual homens e mulheres, de todos os níveis sociais, percebiam e classificavam o mundo natural ao seu redor. Alguns dogmas desde muito estabelecidos sobre o lugar do homem na natureza foram descartados, nesse processo. Surgiram novas sensibilidades em relação aos animais, às plantas e à paisagem. O relacionamento do homem com outras espécies foi redefinido; e o seu direito a explorar essas espécies em benefício próprio se viu fortemente contestado. Esses séculos produziram tanto um intenso interesse pelo mundo natural como dúvidas e ansiedades quanto à relação do homem com a natureza”. (p.18) Todo animal estava, pois, destinado a servir a algum propósito humano, se não prático, pelo menos moral ou estético.

Aos poucos, com o surgimento das cidades, da urbanização e do sanitarismo, começou a se tornar cada vez mais complicado o convívio com os animais no meio urbano. Os animais domésticos começaram então a ceder espaço para uma nova categoria de

---

<sup>1</sup> Cinofilia – termo técnico referente às características morfológicas e psicológicas dos cães.

<sup>2</sup> Os Kennel Clubes são entidades que têm por fim regular os nascimentos e óbitos dos cães de raça pura, assim como organizar Exposições de Estrutura e Beleza Caninas com a finalidade de melhorar os padrões raciais dos cães.

animais: os “animais de estimação”. Estes se distinguiriam dos demais, segundo Thomas, por três motivos: a) permissão e livre acesso dentro das residências; b) receber nome pessoal e individualizado e; c) não servir como alimento. Através destes três motivos é possível encontrar um ponto de partida para a investigação sobre como as pessoas lidam e classificam seus animais de estimação nos dias de hoje, na nossa sociedade. Vem desse ponto, portanto, uma das categorias a ser trabalhada: “cães de estimação”, uma vez que esses têm por principal função servir como companhia.

O segundo capítulo da dissertação analisa o modo como as pessoas se relacionam com seus cães de estimação em uma sociedade de consumo. As pessoas, ao classificarem seus animais de acordo com suas raças, linhagens, *pedigree* e valor referente a sua compra, estão também se classificando e se fixando socialmente, além, como discuto no terceiro capítulo, de se distinguir.

O valor dos bens depende mais do seu valor cultural (de signo) do que do seu valor de uso ou de troca (Sahlins, 2003). O que vale também para os cães. Quando se escolhe determinada raça em detrimento de outras, o consumidor está, além de definir a utilidade desse cão (caça, companhia, guarda/ proteção), em busca de um signo que o satisfaça/ represente socialmente, mesmo que na maioria das vezes este ato seja realizado de forma inconsciente (Bourdieu, 2001). Tudo porque, na realidade, a simbolização e o uso dos cães como bens materiais são estrategicamente “comunicadores, ou seja, mediadores simbólicos e sociais e não apenas utilidades”. (Lívia Barbosa, 2004, p.35)

Esta realidade pode ser observada, por exemplo, no número cada vez maior de propagandas veiculando a imagem de cães a produtos humanos, ou do próprio cão como parte integrante de uma família. Além disso, em virtude do crescente número de cães que estão inseridos no ambiente familiar das grandes cidades, a variedade de produtos voltados

para o consumo de cães e seus proprietários está cada vez maior, assim como os serviços nesse setor.

No terceiro capítulo vou abordar o modo como os cães são percebidos entre aqueles que os usam como objetos de distinção, principalmente devido ao valor econômico e simbólico que esses cães recebem ao participar de Exposições de Beleza. A cinofilia está presente em todas as principais cidades brasileiras, mas esse estudo irá focalizar os criadores de cães do Rio de Janeiro, principalmente os que moram na capital. Estes são considerados como pertencentes às camadas médias e altas da sociedade carioca.

Para ser criador de cães, segundo eles, é preciso não ter essa atividade como principal fonte de renda, pois a criação seria “uma ciência e uma arte”. Além disso, os valores com que os cães são comercializados são bem altos distinguindo-os de um outro tipo de criador que é chamado por eles de “cachorreiro”. Essa é uma categoria de acusação (Becker, 1971) muito recorrente no discurso dos criadores profissionais, embora a palavra profissional aqui não tenha qualificação de profissão, devendo ser entendida como arte ou modo de vida.

O grupo de criadores profissionais se define em oposição aos cachorreiros, que, segundo eles, são as pessoas que percebem os cães como uma fonte de renda, almejando apenas a venda de filhotes. Entre os criadores profissionais a venda de filhotes também é considerada importante, mas não é tida por eles como o único fim da criação. A dimensão econômica seria a menos valorizada pelo grupo.

O que está em disputa, então, é a legitimidade dentro e fora do campo em ser a autoridade máxima nas temáticas caninas. Fora do grupo essa disputa se dá em querer se afirmar como especialista em conhecimentos sobre cães. Dentro do grupo a disputa almeja um lugar de destaque entre os criadores onde se deseja ser o melhor criador de uma raça.

Os pesquisados compartilham dos mesmos ideais de conduta de criação que tem fins morais, uma vez que implica relações de confiança entre os membros do grupo. Os cães “nascem” do relacionamento de seus proprietários. Só é possível realizar o cruzamento entre dois cães pertencentes a diferentes criadores se a relação entre eles for positiva. Esse é um campo onde as relações monetárias não são decisivas, apesar de contribuir bastante no momento da aquisição dos bens, que, nesse caso, são os cães. Porém, para que a troca possa se efetuar, as relações de proximidade devem ser estabelecidas e revalidadas o tempo todo, o que faz com que as relações em jogo estejam em constante tensão.

Além disso, há a dimensão estética que é a principal dimensão organizadora das classificações dos padrões das raças caninas estabelecidas pelo grupo. Pois classificar não é apenas constituir grupos, mas sim colocá-los em relação (Durkheim e Mauss, 1999). Toda relação implica hierarquia e chegar ao topo dessa hierarquia é o principal objetivo dos membros desse grupo.

O que se pretende nesse estudo é tentar compreender como os indivíduos que possuem cães se organizam partindo do princípio de que “as classificações das coisas reproduz a classificação dos homens” (Durkheim e Mauss, 1999, p.405), ou seja, busca-se compreender o modo como as pessoas que têm o cão como um símbolo de identidade ou distinção conduz socialmente suas vidas. Segundo Sahlins (2003), deve-se pensar se a lógica do totemismo proposta por Lévi-Strauss não tomou uma forma análoga na nossa sociedade. Pois “as espécies e variedades de objetos manufaturados, os quais como categorias totêmicas, têm o poder de fazer mesmo da demarcação de seus proprietários individuais um procedimento de classificação” (Sahlins, 2003, p.176). No caso pesquisado, são os cães que irão exercer essa função de demarcação de fronteiras sociais e classificação dos indivíduos dentro do grupo.

O lugar onde se dá a disputa interna do grupo é a Exposição de Beleza Canina. Uma Exposição é um concurso onde os cães disputam o mérito de melhor da raça, e o que é mais esperado pelos participantes, o melhor de todas as raças, chamado por eles de *Best in Show*, ou simplesmente *BIS*. Para decidir qual cão se enquadraria nos ideais de beleza pré-estabelecidos através de um regulamento, encontra-se a figura do árbitro. O árbitro de uma Exposição é a autoridade máxima do grupo e suas decisões, apesar de algumas vezes questionadas, são irrevogáveis. Para ser considerado árbitro é necessário ser criador há pelo menos cinco anos, além de ser filiado a algum clube cinófilo reconhecido pela Confederação Brasileira de Cinofilia (CBKC) e a Federação Internacional de Cinofilia (FCI), que tem sede na Bélgica. Além disso, existem provas de conhecimentos sobre os padrões das raças que habilitam ou não essas pessoas a se tornarem árbitros de Exposição.

Os padrões das raças são tipos ideais que na realidade não existem, mas que fazem a estrutura que organiza o sistema classificatório do grupo funcionar. O que ocorre é a busca incessante em se ter um cão “perfeito” que seria o símbolo máximo de diferenciação e de poder dentro do grupo. A cada ninhada que nasce há a expectativa de existir entre os filhotes aquele que será o campeão das Exposições. É através desses cães campeões que as pessoas se representam principalmente no grupo de criadores. Apesar de existir a necessidade de ser reconhecido fora do ambiente cinófilo, o reconhecimento dentro do grupo é considerado extremamente mais significativo.

A primeira Exposição de cães de que se tem notícia ocorreu na Grã-Bretanha, no ano de 1859. Já no Brasil, o primeiro *Kennel Club* foi fundado em 1922, com o nome de Brasil Kennel Club. Hoje, esse *Kennel* é referente somente à cidade do Rio de Janeiro, pois foi desmembrado para ser criada a Confederação Brasileira de Cinofilia (CBKC) que organiza e regulamenta as demais entidades desse gênero no país.



A relevância de se pensar uma parcela da sociedade através das Exposições de cães está justamente no fato de este ser um local de distinção social. Esse meio de distinção social, que utiliza os cães como mediadores, já estava presente no século XVIII, quando os nobres não permitiam que seus cães (em geral cães de caça) se misturassem com os cães da plebe, o que já reflete uma separação bastante rígida entre essas duas esferas sociais.

A comunidade carioca de criadores de cães não é homogênea e pode ser dividida em diversos grupos de interesses e afinidades. Esses grupos se distinguem em sua maioria pelo prestígio e poder que determinados membros de cada grupo compartilham com os demais. O prestígio dentro do grupo é decorrente, na maioria das vezes, de uma tradição familiar em lidar com cães ou do capital econômico de cada um. Apesar do capital econômico ser muitas vezes decisivo no momento de uma disputa de poder, o prestígio familiar e o tempo de inserção na comunidade parecem ser mais importantes.

A posição que se ocupa dentro do grupo é, portanto, fundamental para compreender como esse universo se estrutura e se organiza. As relações de afinidade entre os membros é a mola propulsora das demais relações. Por esse motivo, é possível perceber que a Exposição é um ambiente repleto de tensões e incertezas, onde as disputas de poder estão ocorrendo a todo o momento, mesmo que algumas vezes não sejam facilmente observadas.

Assim como mostrou Geertz (1978) ao estudar as brigas de galos balinesa, também é possível perceber nas Exposições de cães a profunda identificação dos humanos e seus cães. Ao falar da relação que os homens têm com os galos em Bali, Geertz descreve essa relação de modo que pode ser pensada no universo pesquisado. Segundo o autor, “os homens balineses, ou grande maioria deles pelo menos, despendem um tempo enorme com seus favoritos, aparando-os, alimentando-os, discutindo sobre eles, experimentando-os uns contra os outros, ou apenas admirando-os, com um misto de admiração embevecida ou

uma auto-absorção sonhadora.” (p.285) Assim também são os criadores profissionais de cães. Não só no ambiente das Exposições, embora estes sejam considerados os lugares destinados a esse tipo de atividade, os criadores e os *handlers* (que não necessariamente criam alguma raça) têm como principal mote de conversa seus cães. Estes são constantemente avaliados e analisados por seus proprietários a fim de torná-los cada vez mais destacados entre os demais. Como na briga de galos balinesa, nas Exposições, não é o dinheiro em si que importa, mas o que o dinheiro faz acontecer, e quanto mais dinheiro, mais acontece. A dimensão de distinção através dos bens materiais nessa esfera de competição é intensa. A Exposição de Cães é uma espécie de dramatização das preocupações de *status*, uma vez que um *handler*, por exemplo, não se arrisca em conduzir um cão que, para ele, não tenha as características que o destaque. Quanto mais uma disputa se dá entre iguais, tanto mais absorvente ela é (Geertz, 1978) e, portanto, mais próxima é a identificação entre o cão e seu condutor/ proprietário.

Três categorias devem ser definidas para a melhor compreensão do universo pesquisado. A primeira está na figura do *handler* que é a pessoa que conduz o cão na competição. Este pode ser criador de alguma raça ou não, mas normalmente não é o proprietário do cão. O *handler* profissional recebe dinheiro pelos serviços prestados que nesse caso envolvem o treinamento dos cães, o preparo antes de os apresentar em uma Exposição e a apresentação do cão propriamente dita. Quanto mais eficiente é o resultado dos cães conduzidos pelo *handler* em uma Exposição, ou seja, mais *Best in Shows* ele alcança, mais clientes terá. Por sua vez, quanto mais cães ele conduzir maior será sua chance de participar da disputa de uma final de Exposição. Para ser considerado um bom *handler* é necessário estar inserido no grupo, pois, além de poder conduzir “bons cães”, segundo os ideais do grupo, é preciso conhecer as pessoas influentes do meio para conseguir ganhar. Apesar de ser uma disputa onde se deveria escolher o cão que esteja

mais perto do padrão almejado, o que estão em jogo são as relações de poder entre seus criadores e proprietários.

Outra categoria importante é a do criador. Esse é o principal elemento que faz com que as Exposições existam. É para avaliar o “grau de pureza” de uma criação que foram inventadas as Exposições Caninas. Para eles, esse é o lugar por excelência da reprodução das suas relações de poder. É nos bastidores das Exposições que surgem os contatos ou as disputas em virtude de um ideal de criação. Os criadores fornecem os cães que os *handlers* apresentam. Um é dependente do outro no imaginário social do grupo, pois o criador tem os cães que são passíveis de vitória, mas só o *handler* detêm o conhecimento e a técnica que poderá fazer com que determinado cão ganhe uma disputa.

Um outro desdobramento dessa relação está na figura do proprietário que não é nem criador, nem *handler*. Os cães destes competem simplesmente pelo prazer de seu proprietário ter um cão que seja o melhor entre os que disputam. Ele não compartilha dos ideais do grupo que estão naquele ambiente em busca do “cão perfeito”. O proprietário quer que seu animal ganhe, pois deseja ter o melhor cão como forma de se distinguir em seu grupo social de origem e não tem a preocupação de perpetuar uma criação, mesmo que seu cão venha a reproduzir eventualmente.

Segundo Bourdieu (1983), “o gosto, propensão e aptidão à apropriação (material e/ou simbólica) de uma determinada categoria de objetos ou práticas classificadas e classificadoras, é a fórmula generativa que está no princípio do estilo de vida. O estilo de vida é um conjunto unitário de preferências distintivas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos, mobília, vestimentas, linguagem ou *hexis* corporal, a mesma intenção expressiva, princípio da *unidade de estilo* que se entrega diretamente à intuição e que a análise destrói ao recortá-los em universos separados”. (p.83-4) Ao olhar os modos de conduta destas pessoas que são apenas proprietários de cães e não indivíduos

engajados no ambiente cinófilo, percebe-se que são pessoas em que a competitividade é um elemento fundamental para a conduta diária. Estes são principalmente empresários de setores das mais altas camadas urbanas da sociedade carioca, alguns deles da indústria cinematográfica e televisiva do Brasil.

É interessante destacar que a figura do *handler* pode ser comparada à do mágico das sociedades australianas estudadas por Mauss (1979). Pois existe uma crença coletiva de temor e de respeito em relação ao *handler*, fazendo com que ele seja cercado e protegido por toda uma série de tabus. Além disso, ocupa posição privilegiada, cuja grandeza aumenta com os anos, ou seja, com a prática.

Muitas vezes o *handler* é mais importante do que o criador que teria “produzido” determinado cão. Afinal, sem os conhecimentos do *handler* e sua técnica na “arte” de preparar um cão para a competição, esse mesmo cão talvez não conquistasse nenhum título. É por esse motivo que se pode observar que muitos criadores considerados excelentes pelo grupo desistiram de apresentar seus cães por não terem o *habitus* (Bourdieu, 2001) do *handler* profissional.

Mauss (1979) afirma que os australianos atribuem a certos homens uma força misteriosa. Em geral, a presença deste poder tem por signo material uma substância mágica, contida no corpo do mágico, ou ao menos em sua sacola mágica, rigorosamente mantida em segredo. Entre os cinófilos, é o *handler* que ocupa essa posição de mágico, sendo conferido poder a ele e aos seus utensílios que conseguem “transformar” simples cães em animais que parecem jóias raras, tamanho o requinte e cuidado com que inúmeros detalhes são investidos no momento da preparação. Normalmente, o conteúdo das maletas de utensílios do *handler* é mantido em segredo para que seus concorrentes não descubram qual elemento material o distingue dos demais. Os produtos que são utilizados na hora de

apresentar os cães estão quase sempre sem os rótulos, para que o segredo continue a se perpetuar entre o grupo que tem os conhecimentos necessários para vencer uma disputa.

Aproprio-me aqui da idéia de Roberto Da Matta (1983) para mostrar a importância que a Exposição tem para se entender o universo pesquisado. A Exposição seria um momento “privilegiado de fazer tomar consciência do mundo, um veículo básico na transformação de algo natural em algo social. (...) Para que essa transformação do natural ao social possa ocorrer, uma forma de dramatização é necessária. E é pela dramatização que tomamos consciência das coisas e passamos a vê-las como tendo um sentido, vale dizer, como sendo sociais”. (p. 29)

Seria através dessa dramatização ocorrida nas Exposições, portanto, que o valor atribuído a esses cães atinge o signo de distinção entre os criadores. É nesse ambiente que os cães passam do *status* de anonimato para se tornarem reconhecidos como campeões ou excelentes exemplares da raça. Este fato faz com que seus *handlers*, proprietários ou criadores também alcancem esse *status*.

Nas Exposições, a relação com os cães se dá de forma diferente a relação com os animais em outras esferas da nossa sociedade. Em algumas religiões, por exemplo, os animais são mortos como forma de sacrifício a ser oferecido para deuses ou ancestrais. Em outros contextos ainda, os animais participam de rituais de destruição como ocorre nas brigas de galo ou nas rinhas de cães. Mas, nas Exposições, além dos cães estarem representando seus proprietários, *handlers* ou criadores, eles simbolizam vida e nascimento, uma vez que quanto mais títulos eles alcançarem maior será o seu significado, que nesse caso é expresso no valor reprodutivo que possuem.

Diferente do que Leach (1983) aponta em seu ensaio sobre as categorias animais na sociedade inglesa, embora o cão seja um animal de estimação, no universo dos criadores ele assume diversas denominações diferentes. Não são simplesmente classificados como

machos, fêmeas ou filhotes, como o autor afirma que ocorre na sociedade britânica devido à proximidade que o cão tem com o homem. Ao observar as Exposições, percebe-se que as separações e classificações estão relacionadas, em primeiro lugar, à faixa etária do animal. As categorias por eles utilizadas são: iniciantes, filhotes, jovens e adultos. Entre os adultos há ainda uma subdivisão que se refere aos títulos conquistados. Os cães podem estar inseridos nas classes aberta (sem títulos), campeonato ou grande campeonato. Além disso, existem ainda as denominações específicas para as fêmeas, que são chamadas de matrizes, enquanto os machos são denominados padreadores. Ambas classificações se referem ao potencial reprodutivo dos animais. Por último, o animal que não serve mais para a criação por atingir o final do seu ciclo reprodutivo (seja pelo avançar da idade, seja pelo número de filhotes já gerados) é comumente “aposentado” da criação sendo castrado ou ainda doado a famílias ou instituições de reabilitação de enfermos ou de idosos.

A castração é um ponto importante a ser destacado, pois segundo Leach (1983), os animais de fazenda, que teriam um nível intermediário de proximidade com o homem, só estariam habilitados à comestibilidade se castrados. O cão, segundo o autor, estaria no nível do eu, podendo algumas vezes ser confundido com a própria noção de homem. Daí a interdição de sua comestibilidade. Assim como na sociedade inglesa, na brasileira, o cão também é visto como um ser muito próximo aos humanos. Segundo Descola (1998), “as manifestações de simpatia pelos animais são ordenadas em uma escala de valor – geralmente inconsciente – cujo ápice é ocupado pelas espécies percebidas como as mais próximas do homem em função de seu comportamento, fisiologia, faculdades cognitivas ou da capacidade que lhes é atribuída de sentir emoções. Naturalmente os mamíferos são os mais bem aquinhoados nessa hierarquia do interesse, e isso independentemente do meio onde vivem”. (p.23)

Para Leach (1983), "o fato de que aves e mamíferos têm sangue quente e se engajam em relações sexuais 'normais', faz com que sejam até certo ponto aparentados do homem". (p.182) O autor justifica essa afirmativa dizendo que o conceito de "crueldade" seria aplicável a aves e mamíferos, mas não aos peixes. Este fato pode ser percebido com o crescente número de organizações não-governamentais que se destinam a trabalhar contra os maus-tratos dos animais, seja em circos, rodeios, experiências na indústria química e de cosmética, ou atos de vivissecção (mutilação em animais ainda vivos).

Essa relação de proximidade entre cães e humanos permite refletir sobre o imaginário da sexualidade brasileira. A castração (retirada dos órgãos reprodutivos dos animais – dos machos são retirados os testículos e das fêmeas, útero e ovários) é um ato bastante defendido pelos criadores, porém não tem muita aceitação entre os novos proprietários (pessoas que compram os cães nos canis). Segundo eles, se um animal está sendo adquirido apenas para a companhia de uma pessoa ou de uma família, a atitude "correta" a ser tomada seria a castração antes do primeiro ciclo reprodutivo do animal (que ocorre em torno dos seis meses de idade dos cães) a fim de evitar doenças e os incômodos que um cio provoca, pois o animal deve ficar isolado do contato com outros cães do sexo oposto, se não há o intuito de procriação. Porém, essa postura é bastante contestada, principalmente se o cão em questão for um macho. Comumente a castração é realizada muito mais nas cadelas do que nos machos. Talvez esse fato reflita a postura adotada também pelas pessoas na nossa sociedade onde os casos de vasectomia são muito menores do que o número de laqueaduras realizadas pelas mulheres. Se nesse contexto cultural os cães são extensões dos homens, a castração dos cães machos é um tema considerado tabu entre os proprietários.

Para os criadores, a castração além de ter um significado simbólico tem também fins práticos. Segundo eles, a preferência em castrar a fêmea e não um macho é que o ciclo

reprodutivo das fêmeas é menor do que o do macho, pois envolve um período de gravidez (em torno de sessenta e dois dias), amamentação e recuperação que desgasta muito mais as fêmeas do que os machos que somente realizam o ato da cópula. A castração dos machos só é levada em consideração pelos criadores se o animal apresentar alguma falha referente ao padrão da raça e representar laços simbólicos de afetividade que não permitam que o cão seja retirado do canil.

### Metodologia

Desde abril de 2004 tenho realizado observação participante em Exposições de Beleza e Estrutura de Cães a fim de tentar compreender como esse universo se organiza. Foram observadas, no total, vinte Exposições sendo duas Mundiais, uma realizada no Rio de Janeiro e outra em Buenos Aires, na Argentina, oito na cidade do Rio de Janeiro, uma em Guaratinguetá (SP), uma em Campos (norte fluminense), uma em Volta Redonda (sul fluminense), uma em Itaipava (Petrópolis) e seis na cidade de Niterói.

As Exposições são geralmente realizadas nos fins de semana durando em média dois dias. Cada dia envolve cerca de dez a doze horas entre os preparativos para a Exposição e o evento em si. No estado do Rio de Janeiro é comum ocorrer uma Exposição por mês, porém não é uma regra, podendo existir mais de dois eventos num mesmo mês, como foi o caso das Exposições de encerramento do Brasil Kennel Clube (BKC) e do Kennel Clube Fluminense (KCFLU) ocorridas no mês de novembro de 2005.

O calendário de eventos cinófilos da região três (que é a do Rio de Janeiro) tem início normalmente em fevereiro e encerramento em novembro. O Brasil foi dividido em cinco regiões pela Confederação Brasileira de Cinofilia (CBKC) a fim de tentar organizar da melhor forma o calendário referente às Exposições. A região um engloba os estados do



norte e nordeste; a região dois se destina a agregar Brasília, Minas Gerais e os estados do centro-oeste do Brasil; a região quatro contém todas as cidades de São Paulo (estado e capital); e por fim a região cinco engloba os estados da região sul. Dessa forma, tentou-se organizar e separar os eventos de acordo com o grau de participação dos criadores nas Exposições. Como se pode perceber o eixo Rio - São Paulo possui regiões próprias, isoladas dos demais estados, demonstrando o destaque que esses dois lugares representam na cinofilia do país.

Minha participação nas Exposições se deu através de observação apenas nas três primeiras e, a partir de então, tentei fazer parte do universo pesquisado. Um dos meus maiores desafios foi conseguir ser vista como uma “de dentro”, estratégia sem a qual não poderia obter muitas informações sobre como funciona e se organiza o modo de pensar desse grupo que se define pelos seus cães. As fronteiras do grupo são tão rígidas que percebi que sem me tornar uma pessoa pertencente ao grupo, não conseguiria realizar a pesquisa.

Conheci dezesseis canis de diferentes raças, sendo que a preferência foi dada pelos referentes às raças Labrador e Yorkshire. Visitei seis canis de Yorkshire, dois de Labrador, dois de Boxer, um de Rottweiler e Dog Alemão, um de Jack Russel, um de Basset Hound e Dog Alemão, um de Afghan Hound, um de Bulldog Inglês, além de um centro de treinamento (adestramento e *handling*) e hospedagem em Niterói e outro em Santa Cruz da Serra. Todos os canis pesquisados participam ou já participaram de Exposições.

É interessante notar que nos canis dos criadores profissionais há uma maneira bastante particular de mostrar, escondendo, os cães. Salvo algumas exceções, na maioria deles não pude entrar para ver as instalações onde ficam os cachorros. Um a um foi trazido para que eu “apreciasse” os cães como se fossem obras de arte. Nos canis de cães com pêlo longo, alguns cães não podiam nem mesmo ser tocados, mesmo não estando no ambiente

das Exposições. De alguma forma, percebi que esse é o modo que os criadores utilizam para “sacralizar” esses animais que são suas identidades dentro do grupo.

Também realizei trabalho de campo em uma *Pet Shop* localizada no Jardim Guanabara (bairro nobre da Ilha do Governador, na cidade do Rio de Janeiro), onde acompanhei a rotina do estabelecimento, observando seus produtos e serviços oferecidos aos consumidores, assim como a assiduidade dos clientes. Foi no ambiente descontraído da loja que ouvi diversas histórias sobre como se dá o relacionamento entre as pessoas e seus cães.

## CAPÍTULO 1

### A DIMENSÃO DA AFETIVIDADE

Um aspecto importante para compreender o sistema cultural que envolve as relações entre pessoas e animais de estimação é o da afetividade. Todas as pessoas que participaram dessa pesquisa, seja formal ou informalmente, sempre destacaram a dimensão da afetividade como a principal via de comunicação entre homens e cães. Embora a diversidade de animais classificados como de companhia ou de estimação seja enorme, privilegiei uma única espécie para trabalhar, pois acredito que, desta forma, estou fazendo um recorte dentro de um universo muito maior para abordar um tema clássico na antropologia que é a relação dos homens com o mundo natural. De acordo com a preferência ocidental pelo cão como animal de companhia *par excellence*, acredito não haver melhor escolha do que estudar como as pessoas percebem este animal, como ele interage na sociedade, de que forma ele ocupa lugar individualizado nos lares e como as pessoas organizam suas vidas em função dele. De alguma forma poderíamos dizer que estamos presenciando um retorno às lógicas totêmicas de classificação da vida social por parte desse grupo que vive em função de um animal – como eles mesmos dizem – e organizam sua rotina diária de modo que o cão possa estar sempre presente, participando das atividades mais comuns de um modo de vida cosmopolita. Portanto, se pensarmos o cão sob a lógica das classificações totêmicas (Lévi-Strauss, 2002), ou seja, sob a lógica do sensível, do concreto, podemos perceber que a função de um operador totêmico é nomear, representar. É através do cão, então, que as pessoas pesquisadas se humanizam, por integrar uma rede de relações composta das esferas da natureza e da cultura e compartilhada pelo sistema de classificação da nossa sociedade.

As relações de afetividade que ocorrem entre homens e cães certamente são reflexos da modernização das cidades e da individualização cada vez maior da cultura na sociedade ocidental. Nutrir relações de afetividade por animais não é uma regra nas sociedades modernas contemporâneas, mas é um fenômeno que merece ser analisado, pois está se alastrando cada vez mais nos espaços em que o primordial era a relação entre as pessoas, como é o caso de espaços como shoppings, supermercados, restaurantes, hotéis, padarias, salões de beleza etc. Porém se atentarmos para o fato de que as pessoas cada vez mais percebem seus cães de estimação como "gente", não é de se estranhar que esse fenômeno seja mais comum do que parece. É interessante notar também que, ao adquirir um cão como animal de estimação, grande parte destas pessoas se torna ativista em prol de que todos tenham um cão como companheiro, pois "só quando a gente tem um cão é possível perceber o que é amor verdadeiro". Este é um discurso presente em grande parte dos meus pesquisados que vê no cão a fonte mais sincera de amor e afetividade e não conseguem compreender como é possível viver sem um. Para eles, ter um cão é como um dogma religioso ou uma profissão de fé tamanha a devoção e disponibilidade que têm com o animal e tentam convencer todos que os cercam que é impossível viver sem eles. Se olharmos mais de perto a história de vida de algumas dessas pessoas podemos perceber que muitas mudanças ocorreram devido a entrada desse novo membro na família. Algumas mudanças se deram por conta dos cuidados diários com o animal, outras ocorreram na esfera relacional das pessoas entre si e ainda, ocorreram mudanças no modo como as pessoas percebem o mundo.

O que mais chama atenção é o poder que um animal pode ter dentro de um sistema cultural, circulando nas mais variadas esferas da vida social. Quando me refiro ao poder que esse animal possui remeto à noção de símbolo e mediador das relações sociais que alguns objetos podem ter no convívio social. Como destaca Everardo Rocha (1995), ao

analisar a função da propaganda nas sociedades modernas ocidentais, esta teria como principal objetivo humanizar objetos de consumo conferindo-os vida ao "nomeá-los, identificá-los e climatizá-los" (Rocha, 1995, p. 108). Com o cão acontece algo semelhante. Ao colocá-los no interior de nossas residências, individualizá-los com nomes próprios, nomes que são comumente atribuídos a pessoas, reservar um espaço destinado à "casinha do cachorro" onde ele possuirá cama própria, casas (de plástico, alvenaria ou madeira), além de utensílios como pratos, brinquedos e petiscos, está se humanizando um animal que embora pertença ao domínio doméstico, no século XX atinge uma posição mais próxima ao homem, servindo especialmente como um bem de companhia. Da mesma forma que o homem humaniza o cão, o cão também humaniza o homem, na medida em que o coloca em contato com um sistema de relações de dependência na qual o animal se torna um ser completamente dependente da conduta de seu dono. Alguns valores da esfera moral referente à boa conduta de vida como o cuidado com o próximo, com a natureza e com a auto-estima são estimulados quando se possui um cão de companhia.

A característica individualista marcante das sociedades modernas, onde o isolamento e a solidão são fenômenos sociais muito presentes, acaba sendo de alguma forma minimizada com a presença de um animal. É necessária a interação homem-animal para que esta convivência ocorra e a partir desta relação acabam surgindo relações interpessoais devido ao interesse comum relacionado aos cães. Este tipo de relação ocorre normalmente em lojas especializadas em artigos para animais (*Pet Shops*), em consultórios veterinários ou em passeios pelas ruas da cidade.

Quando menciono relações de afetividade, refiro-me a comportamentos como conversar, abraçar, beijar, cuidar – comportamentos estes que são comumente atribuídos a relações interpessoais e não interespecies. Não é preciso ir muito longe para que estas expressões sejam facilmente observadas. Em qualquer horário do dia ou da noite, ao

caminhar pelas calçadas da cidade, provavelmente veremos uma pessoa passeando com seu cão. Levar um cão para passear já é um fato curioso. Se levarmos em consideração que uma pessoa passa a maior parte do dia fora de sua residência trabalhando e, ao chegar em casa, possivelmente cansada, além de ter que resolver todos os problemas da casa, ainda precisa levar o cão para passear. É importante frisar que este não é um hábito que leva em conta meramente satisfazer as necessidades fisiológicas do animal – aliás, veremos que esse é apenas um dos múltiplos aspectos culturais que estão envolvidos neste tipo de ação. Pois, segundo algumas pessoas com quem conversei e se inserem nessa rotina, o animal precisa sair de casa para “ver as pessoas, outros animais, para não ficar estressado”.

Um cão sofre de males como o estresse? Esta foi uma das perguntas que começou a fazer eco em minha pesquisa. Diante dessa inquietação me propus a tentar compreender como se estrutura o sistema de relações entre homens e seus cães. Propus-me a estudar as categorias de pensamento que regem a lógica moderna de tratar os animais como pessoas – qualifico “pessoa” como um ser social, nos moldes como propôs Marcel Mauss (1974), que deve se movimentar dentro de uma sociedade a partir de concepções morais apreendidas através de um processo educativo a fim de regular suas formas de conduta. A noção de pessoa é particular em cada época da história humana e em cada sociedade.

Um casal homossexual masculino que frequenta a loja em que fiz observação de campo e tem três cães da raça Shih Tzu, disse que os tratam como filhos. Perguntei como era a relação deles com os cães e o mais jovem do casal respondeu: “Para mim, eles são como crianças. O tempo todo converso com eles e faço as vozes como se eles estivessem me respondendo. Como estou desempregado e não estou estudando, fico quase o dia inteiro com eles em casa e acho que por esse motivo eles se tornaram meus melhores

amigos. O Joel fica o dia todo fora. Pra mim os cães são como personagens do South Park<sup>3</sup>, eles falam palavrão, não têm pudores. Já para o Joel eles são como crianças inglesas super calmas e educadas. Nesse ponto a gente diverge um pouco, mas numa coisa a gente concorda: eles são quase gente. Só faltam falar. E é por isso que eu faço as vozes deles. Imagino o que eles diriam diante de uma situação e falo. Cada um tem a sua voz e eles também conversam entre si.”

Observei em uma clínica veterinária o quão fascinante é o modo como as pessoas nomeiam seus cães. Através do nome de um animal é possível conhecer um pouco sobre seu dono, percebendo algumas de suas preferências e o modo como o animal é tratado. A atendente da clínica percorria as fichas com os dados dos animais a fim de encontrar a de meu cão, que tinha sido levado ao consultório para fazer uma consulta de rotina anual, e pude perceber que muitos animais tinham nome e sobrenome. O sobrenome não era o nome de *pedigree*, e sim o nome de famílias humanas como "da Silva" ou "da Fonseca", sendo este considerado de fato um membro da família.

Quando se observa o *pedigree* de um cão nele encontramos o nome do animal e um outro nome que muitas vezes é visto como o sobrenome do animal, mas que na realidade é o nome do canil proprietário dos cães que lhe deram origem. Por exemplo, "Artaud Bausch Maria Victória" é o nome registrado no pedigree de uma cadela que participa de Exposições de Estrutura e Beleza. Os dois primeiros nomes, "Artaud Bausch" são referentes ao nome do canil e "Maria Victória" é o nome da cadela. Quando uma pessoa possui um cão com pedigree é comum escutá-la dizendo que seu cão "tem nome e sobrenome" a fim de qualificar o animal. O que nos leva a pensar que até mesmo com os cães existe a necessidade de se afirmar através da expressão "Você sabe com quem está falando?" cunhada por Da Matta (1983), pois o cão com *pedigree* não seria qualquer cão,

---

<sup>3</sup> Desenho americano de forte viés crítico ao governo e à sociedade americana que tem como protagonistas crianças.

mas sim um cão diferenciado, mais "puro" do que os demais, mais "nobre" do que os que não têm *pedigree*.

Cães sem *pedigree*, a princípio, não teriam este sobrenome que o qualificaria de acordo com sua linhagem. Foi então que observei que algumas pessoas adicionaram o nome de suas famílias ao cão para demonstrar a sua importância e posição social dentro de um grupo. Esta identificação com o animal pode ser vista, por exemplo, nas fichas de cadastro de *Pet Shops* ou de clínicas veterinárias, ou até mesmo nas medalhinhas fixadas às coleiras dos cães a fim de identificá-los. Com este mecanismo, é possível que o cão além de ser identificado, em caso de fuga ou perda, também mostre de quem é propriedade. Além de um ato demarcador de posições através da identificação do cão é também um ato de afetividade com aquele que é considerado efetivamente um membro da família.

O emprego da expressão "Você sabe com quem está falando?" é fruto de uma estrutura social onde a hierarquia parece estar baseada na "intimidade social" (Da Matta, 1983). No Brasil existem duas formas de conceber o universo social e nele agir que se baseia na distinção entre o indivíduo e a pessoa. Os cães podem ser pensados como mediadores sociais para fazer com que um indivíduo mude seu status para o de pessoa na medida em que passa a ser não mais o Fulano de Tal e sim o Fulano que é dono do Poodle "Bengi", por exemplo. O que nos faz pensar em uma série de oposições que remetem às oposições binárias pelas quais organizamos nossa visão de mundo: pessoal e impessoal, público e privado, anônimo e conhecido, universal e biográfico. Os cães também permitem estabelecer o *status* de pessoa onde antes só havia um indivíduo.

Foi somente na civilização ocidental que a noção de indivíduo foi apropriada ideologicamente, sendo construída a ideologia do indivíduo como centro e foco do universo social, contendo dentro de si a sociedade (Da Matta, 1983). A noção de indivíduo enquanto unidade isolada e autocontida foi desenvolvida no Ocidente, enquanto que nas



sociedades tradicionais e hierarquizadas, a noção de pessoa é dominante. No Brasil, as duas noções estão sempre presentes e o cão seria um dos mecanismos que permite perceber essa dicotomia. Ao tomar um dado natural, nesse caso o cão, e convertê-lo em algo socialmente significativo, como lhe conferir grau de parentesco e, conseqüentemente, considerá-lo membro da família, a noção de pessoa penetra coletivamente a individualidade transformando o indivíduo em ser social.

Quando um indivíduo entra em uma *Pet Shop* como consumidor a fim de comprar algum produto ele pode vir a atingir o *status* de pessoa no momento em que deixa de ser mais um consumidor e passa a ser aquele que foi comprar o alimento do "Toby", incluindo o proprietário do cão em um sistema de relações mediado pelo animal. É interessante lembrar que é cada vez mais comum ser "receitado" por psicólogos e psiquiatras a seus pacientes com problemas de relacionamento pessoal, depressão e síndromes como a do pânico, que este tenha um animal de companhia, preferencialmente um cão, devido ao maior grau de proximidade e domesticação que esta espécie de mamíferos têm com os homens.

Em uma revista especializada sobre cães, aparece uma senhora de 87 anos e viúva há 46, que diz que aprendeu durante décadas a lidar com a solidão. Diz que, há cerca de dez anos, foi tomada por uma profunda tristeza, com seguidas crises de choro. Por indicação do médico da família, sua neta lhe deu uma gata de presente. Ela, então, descobriu no afeto do animal, no contato físico com ele e na necessidade de cuidar dele, um meio de se manter afastada da depressão. Segundo ela, sua vida mudou completamente. Em relato publicado na revista "Cães & Cia"<sup>4</sup>, ela contou o modo como percebe os animais e como eles fazem parte de sua vida:

---

<sup>4</sup> Revista *Cães & Cia*. n.279. Ano XXIV. Agosto de 2002. Editora Forix. (p.9)

“Deus me deu a felicidade de viver os últimos anos cercada de animais – tenho oito cães e sete gatos, três deles com acesso à casa e ao eu quarto: o Poodle ‘Pitico’ e as gatas ‘Mizar’ e ‘Florzinha’.

A companhia dos animais é algo maravilhoso para pessoas anciãs. Nossos filhos e netos têm a vida deles; visitas vêm e vão, dão beijinhos, perguntam como estamos e logo ficamos sozinhas de novo. Durante 22 horas das 24 do dia costumo não ter pessoas ao meu lado, mas não me sinto só. Os animais são expressivos e espontâneos. Me cumprimentam (sic), oferecem a pata em gestos de carinho, me dão calor físico e companhia, me fazem falar (o que é fundamental) e precisam de minha atenção e cuidados. De manhã dou ração a todos e à tardinha preparo uma sopa para os cães – misturo verduras, legumes, macarrão e ovos, eles adoram – e cozinho fígado de galinha para ‘Mizar’ e ‘Florzinha’ além de dar ração aos demais gatos. Cuido de tudo: mantenho limpo o ambiente em que vivem, arrumo a bagunça feita por eles no jardim e zelo para que estejam confortáveis. ‘Pitico’ é um amor, me faz companhia permanente; gosto de pintar com ele no colo. ‘Mizar’ dorme sob as cobertas a meu lado, ‘Florzinha’, sobre meus pés e ‘Pitico’, numa caminha elevada, também em meu quarto, de modo que podemos nos ver.

Eu renasci com a companhia dos animais. Me sinto (sic) amada o tempo todo, não sofro mais de melancolia e não tenho medo. Sem a presença dos animais, não sei o que faria. Quando tive a crise de depressão, nem comer eu queria. É horrível passar as noites em completa solidão. Todo idoso deveria ter um cão ou gato. As pessoas nem

imaginam o conforto que dá a presença de um animal de estimação, qualquer que ele seja – um canarinho, por exemplo, ave que tive, já é muito especial.”

Pesquisas realizadas no Brasil e nos Estados Unidos<sup>5</sup> vêm tentando provar que os animais de estimação “fazem bem à saúde”. O interessante é que os melhores resultados são obtidos com os cães. Pesquisadores da Califórnia notaram que a presença de cães entre as pessoas normaliza a pressão arterial nos que são sadios e reduz a pressão em hipertensos. Também reduz a ansiedade em doentes hospitalizados. Estes pesquisadores estudaram 76 doentes internados por insuficiência cardíaca e suas reações físicas e emocionais a três tipos diferentes de visita: a visita de uma pessoa acompanhada por um cão, visita apenas da pessoa sem o cão e ninguém visitando o paciente. Participaram deste estudo 12 diferentes raças de cães.

Os pacientes estavam ligados a aparelhos que monitoravam a função cardíaca e a pressão em três tempos: durante doze minutos antes da visita, oito durante a visita (com a presença ou não do cão) e quatro minutos depois da visita. Foram medidos também os níveis de hormônios relacionados ao estresse nos três tempos da visita. O nível destes hormônios diminuiu em 17% na visita em que estava o cão e apenas 2% quando a presença era somente de uma pessoa, sem o animal. Para Kathie Cole, uma das pesquisadoras, "os cães tornam as pessoas felizes, calmas e fazem como que se sintam mais amadas". Este fato, afirma, deve ser levado em consideração no relacionamento com doentes internados em hospital por insuficiência cardíaca. O estudo demonstra também que, apesar do pouco tempo em que o cão ficou ao lado do paciente, houve benefício fisiológico e efeito psicossocial positivo nas pessoas internadas. Estudos clínicos como este servem para

---

<sup>5</sup> Fonte: Jornal *Folha de S. Paulo*. 20 de novembro de 2005. p.4.

legitimar o relato da viúva que, pelo simples contato com os animais, disse ter se curado de uma crise de depressão. Em São Paulo, existe a organização não-governamental (ONG) *Projeto Cão do Idoso* que treina cães ou agrega pessoas que tenham cães com o temperamento exigido para este tipo de trabalho a fim de participar de visitas a alguns asilos da cidade. Segundo a idealizadora do projeto, muitos nomes são dados a este tipo de atividade: pet terapia, visitação de animais, terapia facilitada por animais, terapia com animais etc. Porém, o nome oficial pelo qual a atividade é reconhecida é *Atividade e Terapia Assistida por Animais (TAA)*. O projeto conta hoje com 30 colaboradores e atende em média 150 idosos. De acordo com a filosofia do grupo, o cão é o principal mediador dessa relação entre animais e pessoas por ser o animal doméstico mais socializado na nossa sociedade. A relação entre homens e cães está sendo cada vez mais generalizada e, portanto, é digna de uma análise mais profunda como um fenômeno sociológico recente das modernas sociedades de consumo. Seja visto pela lógica do consumo, da afetividade ou da saúde e bem-estar das pessoas, é impossível ficar indiferente a um fenômeno como esse.

Outro evento curioso que está presente na maioria dos computadores, conectados à Internet, se chama Orkut – enorme rede, que envolve todos os países do mundo, onde a finalidade é fazer as pessoas se relacionarem. É impressionante a infinidade de comunidades existentes no Orkut destinadas às pessoas que desejam conversar ou trocar experiências sobre cães. Existem as mais diversas comunidades sobre os mais variados temas, mas as que relacionam pessoas e cães representam um número expressivo. E isso não foi o que mais me chamou a atenção<sup>6</sup>. O que é mais fascinante é a quantidade de membros cães que integram as muitas comunidades que compõem essa rede. Lá é possível

---

<sup>6</sup> Existe uma comunidade que tem por título: “Quero casar e ter... cachorros!” na qual podemos perceber as preferências de alguns indivíduos em ter cães ao invés de filhos através de uma união estável. É enorme o contingente de homossexuais, principalmente do sexo masculino, mas não exclusivamente, que vêm o cão como fruto de seus relacionamentos amorosos.

colocar uma foto de cada membro (nesse caso, o cão), e através de um formulário preenche-se todos os dados acerca da personalidade de cada um. Nesse universo, os cães possuem nome e sobrenome, falam sobre suas preferências musicais, de livros, de filmes e com que finalidade estão na rede, se é com o intuito de namorar ou simplesmente fazer amigos. É possível perceber, por este breve resumo sobre o Orkut – ou melhor, o "AuKut", comunidade criada para afirmar que os cães "invadiram" literalmente essa rede virtual de relacionamentos – que neste ambiente os cães são realmente “pessoas”, com todos os atributos psicológicos e sociais que uma pessoa possa ter. Interagem e expressam suas opiniões nos fóruns que participam. Se formos analisar o modo como as pessoas descrevem seus animais no Orkut, por exemplo, podemos perceber o enorme esforço que se faz para tentar reproduzir o que um cão sentiria ou, mais ainda, como os cães veriam o mundo através das nossas categorias de pensamento.

No Orkut<sup>7</sup> existem três comunidades que se definem pelo título "meu cão é membro da família" e duas cujo título é "meu animal é membro da família" todas com mais de dez mil membros. Em todas estas comunidades existe o mesmo tópico que é uma pergunta que deseja saber qual o nome do animal de estimação e ao dizer os nomes dos animais as pessoas falam sobre o porquê da escolha de determinado nome. Assim, podemos perceber que muitas vezes estas escolhas têm relação com as preferências e o estilo de vida dos proprietários dos animais. O que pretendo destacar é que o ato de escolher o nome pelo qual um animal encarnará o *status* de pessoa é fundamental para compreendermos como esse universo se organiza.

Segue o exemplo de uma pessoa que faz um breve relato sobre seus animais de estimação: *"Tenho dois, Minha irmãzinha uma Pincher castanha (minha mãe às vezes confunde nossos nomes e me chama pelo nome dela!!) que é a Mel, mais conhecida como*

---

<sup>7</sup> Orkut é uma rede de relacionamentos virtuais, onde pessoas se definem e se descrevem, fazem amizades e participam de comunidades que funcionam através de fóruns de discussão.

*Melzinha ou Melô e tenho um gato "tomba-lata" que é o Sultão ( um folgado que toma o meu lugar no travesseiro!!), são a alegria da nossa casa!! Amamos eles feito malucos!!!"*

Esta é a descrição de uma pessoa na comunidade do Orkut "meu animal é membro da família" no tópico "qual é o nome do seu animal que é membro da família?" Além de perceber que foi atribuído nome humano a um dos animais – nesse caso, o cão –, este também possui apelido – forte indício de proximidade – além de ser definido como mais um filho da família.

A relação de filiação é a mais comum entre as relações de parentesco destinada aos cães que pude apreender. Este exemplo também é pertinente para demonstrar que os cães teriam maior proximidade com os homens, pois pela descrição que é feita acima dos animais, somente o cão é considerado como gente, embora cão e gato sejam percebidos como membros da família. Um dado fundamental que demonstra a idéia de afetividade entre humanos e animais na esfera simbólica é o fato de ser cada vez mais freqüente a atribuição de nomes de pessoas aos animais de estimação. Atualmente, ouve-se mais freqüentemente pessoas chamando seus cães por Aline, Amanda, Roberto ou Paulo, do que por Rex, Bidu ou Thor – nomes comumente atribuídos a cães. Outro fenômeno muito freqüente é o crescente número de registro de cães com nomes de pessoas famosas ou celebridades momentâneas do universo televisivo. Esse ato, além de demonstrar a relação de profunda proximidade entre pessoas e cães, permite perceber também um pouco das preferências das pessoas que se representam através da escolha do nome de seu animal de estimação. Afinal, ícones como Sandy, Bethoven ou Popper acabam por dar pistas acerca da personalidade e preferências dos proprietários desses animais.

A partir da observação do comportamento das pessoas com seus cães de estimação, surgiu a inquietação em aprofundar-me em uma temática ainda pouco estudada nas ciências sociais do Brasil: antropologia das emoções. Remeto-me a esse aspecto analítico

da relação humano – animal, tendo em vista a constância com que ouvi relatos como: “Bob é o filho que não tive!”, ou então, “Para que ter filhos? Eles só dão despesa e aborrecimento. Além disso, depois que crescem, nos abandonam e nos colocam em asilos. Eu não... Eu tenho o amor mais puro e sincero, que nada espera em troca. Meu cachorro é como um filho para mim!”.

Por meio da relação de parentesco atribuída aos cães por seus donos, pude perceber que esse é um universo que compartilha dos mesmos sentimentos de afetividade por seus cães que teriam por uma pessoa, e não qualquer pessoa, mas sim uma pessoa muito íntima, que faria parte do seu sistema “consangüíneo” de parentesco: um filho, um irmão. Essas expressões de sentimento amoroso mais explícitas pelo cão é mais freqüente entre as mulheres, porém os homens também compartilham desse afeto, talvez de uma forma mais velada, mais contida., mais doméstica. Refletindo assim, o modo como se espera que um homem se comporte em público em nossa sociedade. (Elias, 1994)

A capacidade dos cães – como mamíferos socializados que são, dentro de nossa cultura – de emitir sentimentos de amor, medo, raiva, alegria ou tristeza – de certa forma se assemelharia ao de uma criança de até mais ou menos dois anos, antes que aprenda a falar. A capacidade de se comunicar através de uma linguagem organizada e articulada seria, segundo alguns cientistas, o principal instrumento que separa os humanos dos animais (Durham, 2003). O modo como as pessoas se comunicam com seus cães pode ser um indicativo de como estruturam sua visão acerca deles. A grande maioria dos meus pesquisados fala com os cães como se falassem com bebês, com voz mole, no diminutivo e utilizando vocativos que remetem à idéia de família.

Lévi-Strauss recorreu à hipótese de um “inconsciente humano universal”, que segundo Eunice Durham (2003) seria “uma máquina estruturante responsável pela

possibilidade do processo de construção de sistemas simbólicos, como mitos e estruturas de parentesco” (p.86).

O sistema simbólico que permite a relação e a comunicação entre homens e cães tem como ponto de partida o substrato emocional. Afinal, se é possível separar os homens dos animais em função da consciência, do raciocínio e da linguagem, as emoções poderiam ser algo que supostamente compartilhamos com eles (Durham, 2003). É muito difícil deixar de reconhecer que animais sentem medo, satisfação e ciúmes, assim como nós, e desenvolvem relações afetivas com outros animais, inclusive com os humanos.

Uma das hipóteses desta pesquisa é a de que com o advento do mundo moderno e toda a sua tecnologia – principalmente as que levam em conta os meios de comunicação – ao mesmo tempo em que coloca as pessoas cada vez mais “perto” umas das outras, proporciona a sensação de isolamento do mundo concreto que as circunda. Não é preciso sair de casa para ter um encontro amoroso com o amigo do seu melhor amigo, assistir ao filme que estréia hoje no cinema ou participar de fóruns e bate-papos de discussão sobre os assuntos de sua preferência. Basta ter um computador conectado à Internet. Ao mesmo tempo em que o universo proporcionado pelo computador fascina grande parte das pessoas nas sociedades modernas, pode isolá-las do contato com pessoas de carne e osso, ou seja, relações sociais sem o intermédio de uma máquina.

Acredito ser também devido à carência de relações afetivas concretas, que cada vez mais pessoas tornem-se interessadas em adquirir um animal de estimação. A preferência pelos cães nesse quesito se afirma por uma crença coletiva de que estes são seres mais afetuosos, leais e educáveis. Convém deixar claro que essa hipótese se insere num longo processo histórico de mudança e transformação dos costumes humanos com relação aos animais como demonstrado por Keith Thomas (2001).



O artigo de Érika Souza Vieira (2000) sobre agências de encontros do Rio de Janeiro fala sobre os novos “arranjos conjugais” – termo cunhado por Eunice Durham que define as diferentes formas de relação conjugal na modernidade – e pode ser útil para compreendermos as mudanças de atitudes nas camadas médias urbanas das sociedades modernas. De acordo com Vieira, o aumento do interesse pelas agências de encontros se deu na segunda metade da década de 1990. Porém, este gênero de agências já existia desde a década de 1950. Não podemos esquecer que no decorrer da história da humanidade, sempre existiu a figura dos “casamenteiros” que seriam aquelas pessoas com certa aptidão em formar casais. Na religião católica existe na figura de Santo Antônio um personagem que é o ápice deste tipo de união entre duas pessoas. Com a modernidade, as novas tecnologias, maior jornada de trabalho, inserção da mulher no trabalho extradoméstico, além das novas conjugalidades, os novos “arranjos conjugais” foram se formando e um elemento que apareceu como fruto de muitos dos relacionamentos modernos foi a presença do cão como um membro da família.

Segundo a autora, as principais dificuldades modernas em constituir uma família seriam os relacionamentos pouco duradouros, cada vez mais comuns, que com o tempo foram se legitimando através de mecanismos legais. Devido a esta instabilidade dos casamentos, o número de nascimentos de crianças nas classes médias diminuiu, aparecendo o cão como um mediador entre o casal, muitas vezes no lugar da criança. A dificuldade de relacionamento entre as pessoas faz com que o animal seja um elemento com grande potencial de proporcionar afetividade sem produzir prejuízos ou riscos.

Outros motivos para a inscrição de pessoas nessas agências seriam “as contínuas decepções com os falsos amigos, a diminuição do círculo de amizades devido a eventuais afastamentos de amigos que encontram parceiro, dificuldades em travar amizades sinceras no ambiente competitivo de trabalho das grandes cidades, o que leva ao isolamento social.

A falta de tempo, a praticidade, o medo da solidão, a vontade de encontrar um companheiro e casar, constituir família, também são apontados como motivos para a inscrição”. (Vieira, 2000, p.142) Quase todas estas características – com exceção da idéia de casamento – podem ser substituídas por uma pessoa que busca no cão (mesmo que de forma inconsciente) uma fonte de afetividade para suprir carências psicossociais e a possível solidão recorrente do mundo moderno.

Um item no perfil social de cada integrante do Orkut é bom para pensarmos esta questão. Ao lado de perguntas sobre os interesses pessoais estão algumas perguntas sobre o perfil social. O que chama atenção é que a pergunta sobre qual a opinião sobre os animais de estimação está em uma categoria própria demonstrando que este é um aspecto bastante relevante no momento em que serão definidas quais pessoas poderão fazer parte do seu círculo de amizades, seja este virtual ou não. Quando se pergunta qual a posição de cada um sobre animais de estimação, as possíveis respostas são: adoro meus animais de estimação; prefiro que fiquem no zoológico; gosto de animais de estimação; e não gosto de animais de estimação. Logo a seguir, estão as seguintes opções acerca de descrever com quem mora: sozinho(a), com parceiro(a), com filho(s), amigos visitam com frequência, com colega(s) de quarto, com animais de estimação, com meus pais ou baladeiro de plantão (este último termo refere-se àquelas pessoas que pouco ficam em casa, por estarem sempre envolvidos com eventos festivos). Neste quesito é possível responder agregando mais de uma das respostas anteriores. O fato de estar em uma relação, morar ou não com os animais de estimação, é revelador para demonstrar o quanto estes animais que fazem parte do ambiente doméstico são significativos no momento em que uma pessoa se define socialmente e o quanto essa característica – ter ou não um animal de estimação – pode interferir no relacionamento com outras pessoas.

Um exemplo interessante foi o de um casal de homens homossexuais que se separou e no momento da partilha dos bens estava envolvido o cão que era fruto desta união. O cão da raça Poodle tinha sido dado como presente de aniversário a um dos parceiros. No momento da separação, o acordo foi que o cão ficaria com aquele que tinha sido presenteado. Algum tempo mais tarde, aquele que tinha ficado sem o cão estava com um novo parceiro e decidiram também adquirir um cão para companhia. Foram a *Pet Shop* e lá optaram por um cão da raça Schinauzer Gigante que segundo eles seria seu “filhinho”. O cão saiu de lá nos braços de um deles sendo levado como quem segura um bebê. Este caso é um exemplo de que a decisão de se adquirir um cão para fazer parte de uma família, embora não tenha o mesmo peso de uma criança, tem o *status* de mediar e formar efetivamente um "arranjo conjugal".

Outro relato interessante é o de uma pessoa na comunidade do Orkut “meu animal é membro da família” cujo tópico de discussão era o seguinte: “seu bichinho tem algum hábito humano?” Uma das participantes descreve o modo como seu animal é percebido da seguinte forma: *“Minhas cachorras só faltam falar, principalmente a Poodle. Gosta de tomar iogurte, de morder gelo. Adoro quando ela pede para entrar e sair de casa. Adoro quando ela fica paradinha olhando para cozinha só esperando a gente trocar a água dela, não pode cair nada dentro que ela não bebe. A outra, é uma vira-lata, que também amo muito. Pegamos ela pequenininha. Quando eu sento na varanda, ela pula no banco e fica de barriga para cima, como se fosse mesmo gente. E por aí vai.... Depois eu conto do galo que eu tenho.”*

Uma outra comunidade intitulada “Prefiro os animais” tem a seguinte definição quanto aos membros que dela fazem parte: “Este grupo é para quem prefere animais a pessoas; para quem acha que eles são sempre sinceros e verdadeiros; donos de um amor incondicional e que merecem nosso amor, respeito e dedicação...” Nas discussões da

comunidade pode-se perceber uma inversão dos valores humanos em detrimento dos animais na medida em que as pessoas valorizam e priorizam o contato com os animais. Os animais simbolizariam a pureza das relações. Seria um busca pelos sentimentos tradicionais que se inserem dentro da lógica relacional pela qual a nossa sociedade se estruturou.

### *Afetividade com cães: elo de ligação com o universo sobrenatural*

Um outro nível em que os cães operam no imaginário coletivo é o dos fenômenos sobrenaturais. Todos com que conversei e têm cães como animais de estimação disseram acreditar que “o cão tem a sensibilidade muito apurada”. Apurada como? De modo a perceber a energia das pessoas, que pode ser entendida como aura, alma ou espírito. Contei para uma senhora que sempre faz compras na *Pet Shop*, em que realizei o trabalho de campo, que meu cão às vezes tinha uma atitude estranha, pois ficava latindo, principalmente à noite, em direção ao corredor do apartamento em que morava. Algumas vezes eu ia até a porta de casa para ver se tinha alguém no corredor do prédio porque normalmente ele só latia quando tinha alguma pessoa na porta. E para minha surpresa não havia ninguém. Neste momento a senhora me disse: *“Você é que pensa que não tinha ninguém lá. Você é que não viu ninguém. Seu cão certamente estava vendo alguma coisa que você não pode ver. Eles sentem tudo, eles sabem de tudo. São muito mais espertos e sensitivos do que nós. Na próxima vez que isso acontecer é melhor você rezar um ‘pai-nosso’ e uma ‘ave-maria’, porque alguma coisa estranha está acontecendo na sua casa”*. Confesso que na hora fiquei um pouco assustada com o modo como a senhora me disse estas coisas, pois percebi que de fato ela acreditava naquilo. Com o tempo fui observando que este tipo de crença no “sobrenatural” é muito recorrente na fala dos pesquisados.

Uma outra cliente me contou que sua cadela só tomava banho na loja porque ela (a cadela) tinha gostado do rapaz que trabalha como motorista da loja, apanhando e levando os cães cujos donos não podem levar para o banho e tosa. Eu lhe perguntei como sabia dessa preferência da cadela pelo rapaz. Ela me disse que “Melzinha” era uma cadela muito especial. Ela era do seu marido que faleceu, tendo, portanto, um significado muito importante, pois era uma espécie de “lembrança viva” do marido. Ela acreditava que o marido lhe enviava “energias positivas” através da cadela. Se “Melzinha” gostasse de uma pessoa que nunca tinha visto, a sua dona sabia que podia confiar, pois segundo ela, “Melzinha” sabia exatamente quando uma pessoa “prestava ou não”. Se “Melzinha” se escondesse ou não fosse pedir carinho para a pessoa, ela logo desconfiava, pois “se o animal não gosta de uma pessoa é porque provavelmente ela não tem bom caráter. O animal sente essas coisas”. Novamente, observa-se o mesmo discurso de que o animal sente determinadas coisas que o ser humano pode demorar a perceber. Acredito que além de existir uma crença nos poderes sobrenaturais experimentados pelo cão, esta é também uma forma de selecionar as pessoas para o convívio social de modo que estas preferencialmente gostem de cães. Outro fato curioso relatado por esta senhora foi o dia em que veio pedir ajuda ao proprietário da loja, que é visto como uma espécie de consultor para assuntos caninos. Ela disse que não estava mais conseguindo dormir. Estava vendo seu marido (falecido) passear pela casa e isto perturbava muito “Melzinha”. A senhora parecia realmente bastante estressada com a situação, pois dizia que apesar de amar muito seu marido, não queria continuar vendo seu “espírito” à noite. Ela acreditava que ele vinha para visitar a cadela e que, portanto, queria doar o animal pensando que dessa forma se livraria do problema. Ela dizia que “Melzinha” parecia ser uma “ponte” que ligava o falecido marido “do mundo dos mortos para o mundo dos vivos”. Como se tratava de um problema espiritual, o dono da *Pet Shop* disse não poder ajudá-la, mas se comprometeu a

procurar um novo dono para a cadela. O novo dono acabou sendo o funcionário da loja que sempre gostou muito da cadela. Depois de um tempo perguntei se ele percebia algo de estranho, alguma coisa do tipo sobrenatural, e ele disse que o problema deveria ser na antiga casa, pois “Melzinha” era muito tranqüila na casa dele.

É compartilhada também a noção de que os cães saberiam que seus donos estão chegando em casa. Existem algumas pesquisas sobre este tema.<sup>8</sup> As pessoas afirmam que seus cães ficam na porta de casa esperando pela sua chegada quando fazem menção, por exemplo, de ir embora do trabalho em direção à residência. Acreditam que há uma espécie de "telepatia" entre homem e cão que pudesse fazer com que o animal previsse o momento de sua chegada ao lar. Sheldrake (2001) discute três categorias de percepções animais concebidas como inexplicáveis pela ciência: a telepatia, o senso de direção e as premonições.

É na esfera da telepatia que muitas pessoas dizem perceber em seus cães a capacidade de saber que seus donos estão chegando em casa. Outros sabem quem é a pessoa que está telefonando antes mesmo de atender a ligação devido ao modo como os animais reagem ao toque. Sheldrake revela ter feito experiências com pessoas que disseram perceber este tipo de atitude em seus cães quando se aproximavam de sua residência. Para não induzir resultados práticos dessa observação como afirmar que o cão só distingue a hora que seu dono chegará por estar integrado em uma rotina diária, conhecendo os horários de chegada e saída dos membros da família, ou por reconhecer o ruído do automóvel do dono, foram utilizadas câmeras que filmaram toda a rotina do animal quando o dono estava ausente. Sheldrake pediu, por exemplo, que uma pessoa deixasse mais cedo o local de trabalho ou fosse para casa de táxi a fim de comprovar a veracidade dessas afirmações. Em sua pesquisa, ele afirma que mesmo mudando a rotina

---

<sup>8</sup> Sheldrake, Rupert. *Cães que sabem que seus donos estão chegando: pesquisas científicas explicam os poderes surpreendentes de nossos animais de estimação*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

das pessoas o cão se dirigia para a porta da casa a fim de esperar seu dono no momento em que este iniciava o trajeto para a residência.

Outra categoria que ele aponta é a do senso de direção. Ele faz referência aos casos em que algumas pessoas contam que souberam de um animal que foi abandonado, por exemplo, bem distante de sua casa e mesmo assim conseguiu retornar à residência de seus donos, para espanto da família. Ou ainda de casos de cães que se perdem e conseguem voltar para casa devido, segundo ele, ao forte laço de afetividade que nutria por seu dono.

O mesmo autor diz que os cães têm o dom da premonição percebendo fenômenos naturais, como terremotos, tempestades ou maremotos algumas horas antes de acontecer. Recentemente, ocorreu um desastre no sudeste asiático onde uma enorme onda (fenômeno batizado como “*Tsunami*”) destruiu grande parte da Indonésia. Foi noticiado que quase todos os animais conseguiram escapar do maremoto e se refugiaram bem longe das praias.

A crença nos poderes sensitivos dos cães é tão forte que muitas pessoas afirmam que seus animais já pressentiram a morte ou doença grave de alguém da família. Uma cliente disse que seu pai tinha uma cadela sem raça definida que estava sempre nos pés de sua cama e fazia tudo com ele. Certo dia, teve uma parada cardíaca que o deixou parcialmente paralisado em cima de uma cama. Ela contou que no dia em que ocorreu o problema com seu pai, a cadela estava inquieta, porém sem motivo aparente. Algumas horas depois do início da agitação da cadela ocorreu o incidente. A dona atribui o fato da alteração do comportamento da cadela ao problema ocorrido com seu pai. O homem ficou mais de um ano com suas funções vitais comprometidas e a cadela permaneceu sempre ao lado dele, só saía para fazer suas necessidades fisiológicas. Até para comer era necessário levar ração ao quarto onde o homem vivia confinado. Segundo ela, era visível a tristeza da cadela. Um dia antes de seu pai falecer, a cadela morreu, e ela disse ter certeza que tinha sido como um aviso de sua morte. Histórias como essas são contadas diariamente na *Pet*

*Shop* demonstrando a crença no poder sensitivo que os cães têm. Não perguntei qual a religião das pessoas, mas seria interessante saber se este é um fenômeno geral entre os proprietários de cães, se tem alguma relação com a religião dos proprietários, ou, ainda, se é uma lógica própria da cultura brasileira que foi sedimentada com base no sincretismo religioso.

O fato é que os cães são seres ambíguos, pois não estão nem na esfera da natureza devido ao grau de parentesco que lhe é atribuído e socialização que lhe é imposta diariamente, nem na esfera da cultura, pois embora exista uma tentativa de controle das suas funções e atividades através da domesticação, um cão é sempre um animal e, conseqüentemente, imprevisível, pois não se sabe como seus instintos reagiriam diante de uma situação inusitada. É cada vez mais comum encontrar livros e revistas sobre como educar o cão, assim como profissionais especializados nesta tarefa, na tentativa de minimizar cada vez mais os instintos "naturais" do cão para torná-lo "pessoa" a fim de compartilhar dos nossos códigos culturais e morais de conduta.

Uma amiga de minha mãe, que é umbandista, disse que seu cão da raça Poodle tinha sido adquirido por causa do pedido de uma entidade – guia espiritual que ela incorporava em datas especiais, como no dia de São Cosme e Damião, por exemplo. Sempre que ocorre a festividade em homenagem aos santos, no dia 27 de setembro, ela monta uma enorme mesa de doces, que é oferecida à entidade e às crianças para quem, depois do ritual, seriam distribuídos os doces. Algumas vezes participei do evento em sua casa, onde “Miller”, o cão da família, estava sempre presente. De fato, ele parecia bastante excitado e agitado quando sua dona incorporava a entidade, que, segundo ela, era o "verdadeiro dono do cão". Ao incorporar a entidade, ela dava muitos doces para o cão e questionava os demais membros da família se estavam cuidando bem dele. Obviamente o cão não respondia, mas de certa forma parecia prestar atenção no que aquela figura estava



Ihe dizendo como se estive se comunicando em uma linguagem incompreensível para nós. Ao perguntar porquê um cão e não outro animal tinha sido ofertado a sua entidade espiritual ela respondeu que o cão é o ser mais próximo do homem que existe na natureza e que devido à sua "pureza espiritual" era um elemento perfeito para fazê-la se lembrar das suas "obrigações" com a entidade diariamente. O cão também era percebido por ela como uma forma de amuleto contra os maus espíritos que poderiam querer Ihe fazer mal, pois seria a forma encarnada de um dos seus "guias espirituais", já que ela incorporava mais de um.

Se olharmos para a História, encontraremos que os primeiros animais a serem domesticados foram os cães. Seus ancestrais, os lobos, caçavam em bandos, tais como os homens, e desde um estágio muito primitivo foram usados tanto para caçar quanto para proteger povoados. Sua domesticação antecede o desenvolvimento da agricultura.

Tradicionalmente acreditava-se que a primeira domesticação dos lobos ocorreu entre 10 mil e 20 mil anos. Mas indícios recentes, obtidos através do estudo do DNA de cães e lobos, indicam uma data anterior para a primeira transformação do lobo em cão: mais de 100 mil anos. Essas novas provas também sugerem que os lobos foram domesticados diversas vezes e não apenas uma, e que os cães continuaram a cruzar com lobos selvagens nesse processo de transformação. (Sheldrake, 2001)

Segundo Sheldrake, nosso companheirismo com os cães seria, portanto, tão antigo que pode ter tido um papel importante na evolução humana. Sua hipótese é a de que os cães podem ter tido grande responsabilidade nos avanços das técnicas de caça, ocorridas de 70 mil a 90 mil anos. Ele sugere ainda que não foram as pessoas que domesticaram os cães e sim os cães que domesticaram as pessoas. Pois, de acordo com suas pesquisas, os lobos começaram a viver na periferia dos povoados. Alguns aprenderam a viver junto dos seres humanos de uma forma mutuamente útil e, aos poucos, foram transformando-se em

cães tal como os concebemos hoje. O surgimento das diferentes raças de cães se deu através do acasalamento, na maioria das vezes induzido pelos homens, de diferentes cães visando alcançar alguma função necessária ao convívio de um grupamento humano. Em um primeiro momento, os cães tinham por única função servirem aos homens. A concepção do animal como um "membro da família" ou um ser que pretende fazer companhia às pessoas é bastante recente. Sheldrake diz ainda que a domesticação dos cães antecede, em muito, à de outros animais. Na realidade, os cães podem ter sido fundamentais também na domesticação de outras espécies, tanto por sua habilidade de arrebanhar animais, como ovelhas, quanto na proteção dos mesmos contra predadores, assim como na proteção das pessoas contra possíveis inimigos (ou desconhecidos) que se aproximassem do grupo.

Algumas raças de cães são muito antigas. No Egito antigo, já havia diversas raças distintas de cães. Estes animais eram venerados nesta região. Alguns eram até mesmo embalsamados e, em todas as cidades, havia um cemitério inteiramente dedicado ao enterro dos cães. O deus dos mortos era Anúbis, simbolizado por um homem com sua cabeça de cão ou de chacal. A ligação que os cães proporcionam aos homens entre o mundo natural e o sobrenatural tem origem em populações muito antigas sendo compartilhada ainda nos dias de hoje como podemos observar em relatos como os mencionados acima.

No mundo moderno, há enormes variações, de cultura para cultura, no tratamento dispensado aos cães. Na cultura árabe, eles costumam ser detestados, em parte devido à existência de enormes populações de cães sem dono ou de cães ferozes, fonte de doenças perigosas como a raiva, que é transmitida ao homem através do contato com um animal contaminado. Ainda assim, alguns cães de caça são admirados e domesticados. Em outras partes do mundo, como na Indonésia e na Polinésia, os cães são abatidos para servir de

alimentação para seres humanos e não são, normalmente, bem-vistos. Mas, na maioria das culturas, em especial onde são usados para a caça ou para controlar rebanhos, ou mantidos sem qualquer motivo utilitário, os cães são geralmente tratados com afeto.

Um país conhecido por sua tradição em servir cães como prato típico de sua culinária, a China, também mostrou mudanças no modo de tratar os cães na atualidade. Em reportagem de jornal podemos perceber como estas mudanças estão sendo encaradas pelos chineses. Um trecho da matéria diz o seguinte: "De fonte de proteína animal no sul da China a manifestação de 'futilidade de uma sociedade capitalista' os cães estão ganhando status inusitado entre os chineses da era pós-reforma econômica do país: o de impulsionadores do crescimento. Pesquisa do Kennel Club da China, feita em conjunto com a associação de Criação Animal do país, divulgada pela agência de notícias estatal Xinhua, mostra que os chineses têm hoje 150 milhões de cães como bichos de estimação e com eles gastam 15 bilhões de yuans (US\$ 1,8 bilhões) ao ano"<sup>9</sup>. Trata-se de uma verdadeira revolução no modo de perceber os cães entre os chineses. Até então, os animais considerados como "os melhores amigos do homem" vinham impulsionando um importante setor econômico do país voltado para área de alimentação. Ainda hoje, no sul da China, 15 milhões de cães se transformam em refeição na mesa dos chineses todos os anos. Após a Revolução Comunista e durante o período maoísta, os cães foram banidos das cidades chinesas. Ter um cão como animal de estimação, enquanto milhões de chineses morriam de fome devido a planos estratégicos de desenvolvimento, era considerado um capricho e uma futilidade típicos de sociedades capitalistas voltadas para o consumo. A abertura econômica chinesa e a era ininterrupta de crescimento econômico acelerado permitiram que os cães passassem a ocupar o posto de "amigos do homem" entre os chineses. "A China tem cerca de um cão para cada nove habitantes, o que já

---

<sup>9</sup> Jornal "O Globo". 6 de março de 2005. p. 39

sugere um promissor mercado de consumo no país. Em Xangai uma *Pet Shop* é aberta a cada semana", informa a agência estatal Xinhua. Segundo a reportagem, só a cidade de Pequim tem mais de 500 mil cães, e seus habitantes gastam mais de US\$ 60 milhões com eles. Estes gastos são referentes a despesas com ração, cuidados médicos e mimos como brinquedinhos, roupas e acupuntura. Mesmo com toda essa mudança, ter um cão na China é bastante dispendioso. Para tirar a licença de registro no Departamento de Saúde Pública, paga-se US\$ 120,00 em Pequim, US\$ 240,00 em Xangai e US\$ 1.086,00 em Guangzhou, a antiga Cantão, que aliás, é o epicentro do consumo de e para cães. Esses valores já foram maiores, sofrendo queda de 80% desde o início de 2005. Apesar das dificuldades impostas pelo governo que ainda resiste à entrada de novos modos de consumo na cultura chinesa, o apelo das relações de afeto entre homens e cães está fazendo com que a política estatal acabe por se render ao desejo de muitos dos seus habitantes que, embora tenham passado por uma longa proibição de contato com esse animal, escolhem o cão como "companheiro" da família.

Os gatos foram domesticados muito mais recentemente do que os cães, provavelmente há não mais de 5 mil anos (Sheldrake, 2001). Os primeiros registros de gatos datam do Egito antigo, quando eram tratados como animais sagrados e era proibido matá-los. Eram mumificados em quantidades tão extraordinárias que, no início do século XX, múmias de gatos eram escavadas às toneladas, moídas e vendidas como fertilizantes.

Os cavalos também foram domesticados, relativamente, há pouco tempo, provavelmente há 5 mil anos, na região do Turquestão. (Sheldrake, 2001) É possível que tenham sido usados, primeiramente, como animais de tração. O primeiro registro de um cavalo sendo montado vem do Egito, por volta de 1500 antes de Cristo. Os cavalos logo tornaram-se importantes na guerra e na caça, quando passaram a ser vistos mais como companheiros do que como servos.

Nas civilizações mais simples, embora os animais domesticados fossem explorados para uso humano, ainda havia um difuso senso de união entre o ser humano e o animal. Diversos animais eram tidos como sagrados, da mesma forma que as vacas, os elefantes e os macacos ainda o são na Índia de hoje. Muitos dos deuses e deusas tomavam forma de animais ou tinham auxiliares animais.

À primeira vista, restaram poucos traços dessa solidariedade para com o reino animal nas sociedades industriais. Animais de carga foram substituídos por máquinas, cavalos, burros, mulas e bois não são mais nossos companheiros do dia-a-dia. A intimidade do camponês com os animais foi substituída pelo modos de produção agrícola modernos, com os animais mantidos em fazendas industriais e alimentados em escala industrial.

Ainda assim, em nossas vidas privadas, permanece a antiga afinidade com outros animais. Há muitos observadores de pássaros, naturalistas, ecologistas e fotógrafos da vida selvagem. Filmes sobre a vida animal são eternos favoritos dos canais de televisão, assim como as histórias sobre cães, como Lassie e Ritintim, o cão policial. Mas é principalmente e mais intimamente através da criação dos animais domésticos que estes laços são preservados. Embora os habitantes das cidades modernas não precisem mais de gatos para caçar ratos ou cães para tocar animais ou para caçar, ambos são criados aos milhões, assim como um enorme número de outros animais que não desempenham papel utilitário algum: pôneis, papagaios, periquitos, coelhos, porquinhos-da-índia, furões, hamsters, peixinhos dourados, lagartos, aranhas e muitos outros tipos de animais de estimação.

Recentemente, um programa foi veiculado sobre a importância dos laços de afetividade entre humanos e animais. O que mais me chamou a atenção foi o fato de ser um programa de grande audiência nacional, que é exibido às sextas-feiras à noite, em horário nobre da televisão brasileira e trata de temas geralmente voltados à saúde ou

ecologia<sup>10</sup>. De certa forma, esses dois temas foram contemplados na reportagem, pois o programa se referia aos benefícios que os animais domésticos podem oferecer às pessoas com necessidades especiais, seja por causa da velhice, ou devido a doenças adquiridas ou genéticas. Os benefícios, mostrados pelo programa, que os animais de estimação poderiam trazer à vida em sociedade se refere justamente à dimensão da afetividade. A pergunta que abriu o programa é também bastante instigante para a nossa discussão: *Por que os brasileiros estão cada vez mais ligados aos animais domésticos? Quem é o melhor amigo do homem?* A partir destas duas questões o debate se inicia remetendo ao caso de um cão da polícia que salvou duas meninas perdidas na mata. "Diogo", um cão farejador, salvou uma menina que por coincidência tinha muito medo de cães e, a partir daquele dia, disse ter começado a vê-los com outros olhos, pois um cão havia salvado sua vida. Ainda sob a perspectiva dos cães que trabalham para ajudar o ser humano a viver melhor, foi mostrado um projeto que treina e habilita cães a se tornarem guias de cegos, fazendo com que pessoas que antes eram excluídas do convívio social possam se (re) integrar à sociedade com a ajuda de um cão que, além de auxiliar nas tarefas diárias, também é um elo de afetividade na vida dessas pessoas.

Uma organização não-governamental em São Paulo leva cães, uma vez na semana, para interagir e ajudar os idosos que, raramente recebem visitas, a ter um pouco de afeto através do contato com os animais. Idosos com problemas de motricidade são estimulados através de brincadeiras com os cães a terem estímulo para realizar os tratamentos de fisioterapia, por exemplo. O dia em que os cães são levados ao asilo torna-se um evento no qual todos gostam de participar, vestindo as melhores roupas e arrumando os dormitórios em que vivem. Através dessas visitas, os idosos dizem se sentir melhores, pois conversam com os cães e com os donos (voluntários) dos cães que integram o projeto. Segundo a

---

<sup>10</sup> Programa "Globo Repórter" exibido em 20 de janeiro de 2006, veiculado pela Rede Globo de Televisão.

psicóloga responsável pelo asilo, o contato com os animais permite maior motivação para os idosos realizarem as tarefas diárias e o relacionamento entre eles também é aprimorado, uma vez que todos querem comentar sobre a visita dos "amigos - bichos".

A Santa Casa de Misericórdia de São Paulo, conhecida por ser uma instituição de saúde muito tradicional, também aderiu a métodos alternativos de terapia com o auxílio de animais. Cães, cães e coelhos visitam o hospital uma vez na semana em sessões com cerca de trinta minutos para cada paciente. Os animais são avaliados por profissionais e higienizados a cada visita para evitar qualquer risco de contaminação. Segundo a diretora da Santa Casa, a recuperação das pessoas que têm contato com os animais semanalmente é mais rápida do que as que não recebem essas visitas "especiais". Em geral, são as crianças o público-alvo para a participação do projeto, mas adultos também têm demonstrado uma resposta significativa à presença dos animais.

Na esfera da efetividade plena foi relatado o caso de duas famílias que optaram em não ter filhos e sim animais de estimação. O primeiro caso é mais inusitado foi o de um casal que tem quatro gatos – todos com nome de gente: Lino Augusto, Hannah, Nara Júlia e Marilyn – e que adaptou o apartamento em que morava para que houvesse maior conforto para os animais. Foram construídas passarelas no alto das paredes do apartamento para que os gatos tivessem mais conforto. *"Criamos um loft no segundo andar para eles. Eles usam bastante, usam muito mesmo"*, conta a consultora Tatiana.

*"O gato gosta muito de lugares altos, onde se sente mais seguro. Ele gosta de ver de cima os outros animais e as outras coisas. Nós demos prioridade ao bem-estar dos gatos"*, diz o professor universitário João. Até a cama do casal sofreu alteração pois os gatos têm livre acesso a todo e qualquer cômodo da casa. *"Gato não tem cama, ele dorme onde quer. Mas normalmente, à noite, eles passam de uma a duas horas conosco. Então não cabia. Nós tivemos que comprar uma cama king size e mudar um pouco a decoração"*

*do quarto, que é uma coisa grande, tivemos que jogar uma parede abaixo para caber a cama", conta Tatiana. Ao comparar o modo como tratam os gatos com o modo como se lida com filhos, Tatiana disse: "Eu tenho impressão que é assim com quem tem filho também. 'Joãozinho não vai bem na escola'... Então, a gente diz a Hannah bateu no faxineiro, o outro mordeu não sei o quê..." Ao ser perguntada se conseguiria viver ou imaginar sua vida sem os gatos Tatiana diz que seria inconcebível e conclui a entrevista dizendo: "É terapêutico, ajuda, é anti-estressante. Foi a forma que a gente encontrou de aumentar a família sem grandes complicadores. Eu recomendo".*

Jurandir Freire Costa (1999) ao analisar o amor romântico cita os riscos que o amor (ou afetividade) nos impõe na atualidade. Ele diz, "Para Badinter, o amor ideal é a experiência emocional '*cuja primeira virtude é proteger-nos contra a solidão*' e tem sua fonte '*no respeito e na ternura pelo outro*'. Essas qualidades implicam '*igualdade dos parceiros*' e a regra da '*absoluta reciprocidade*'. Ora, essa regra do jogo amoroso vem sendo destronada pelos costumes atuais. Vivemos numa cultura narcísica, inibidora da experiência amorosa. Aprendemos a querer tudo porque nos julgamos uma totalidade que não pode apresentar fraturas. O Outro só é '*desejado se enriquece nosso ser*'. Se, ao contrário, nos pede sacrifícios, é rejeitado de pronto." (Freire Costa, 1999, p.133) Essa reciprocidade sem riscos está na relação de afetividade com os animais de estimação e que, talvez por este motivo, está crescendo vertiginosamente nas sociedades modernas. Este fato pode ser facilmente percebido quando observamos os moradores de rua. É quase uma regra que os moradores de rua tenham um cão de estimação, mesmo que na maioria das vezes não tenham o mínimo para o provento da sua subsistência. O pouco que têm é repartido com o animal que não faz julgamento de valor e não sabe que este indivíduo vive às margens da sociedade, sendo muitas vezes ignorado pelas pessoas que os rodeiam como



se fossem seres invisíveis. A relação de afetividade nesses casos é imprescindível, pois na maioria das vezes é a única fonte de afeto que estas pessoas possuem.

## CAPÍTULO 2

### CÃES COMO OBJETOS DE CONSUMO

Assim como qualquer coisa pode ser comprada, apropriada e utilizada na sociedade de consumo, o cão pode ser pensado como mais um desses elementos. O que o torna interessante nesse sentido, é o fato de poder pertencer a diferentes *status* ou posições sociais de acordo com o contexto em que está inserido. Pode ainda ser consumido – enquanto objeto, propriedade – ou ser consumidor – por ter preferências alimentares, por exemplo, distintas dentre uma infinidade de possibilidades de escolha. Embora os proprietários interfiram decisivamente na opção de escolha de um cão, por um determinado tipo de ração ou alimento, o animal também compartilha das decisões de compra, no momento em que rejeita algum artigo que foi comprado com a finalidade de "agradá-lo". Desse modo, é possível perceber que o cão está completamente inserido em um sistema de relações que é social e, portanto, cultural – uma vez que tem variações entre os diferentes grupos humanos. Optei por estudar dois pólos do consumo relacionados aos cães de companhia. Em primeiro lugar, apresentarei um panorama geral sobre o chamado mercado *pet* no Brasil, privilegiando o trabalho de campo realizado ao longo de dois anos em *Pet Shops*. Por outro lado, abordarei a relação singular de um grupo de criadores de cães, que se dedicam a ter os "melhores exemplares" de determinada raça. Para este fim, realizei observação participante em vinte Exposições de Estrutura e Beleza de Cães, durante os anos de 2004 e 2005, nas quais os cães aparecem como mediadores das relações sociais do grupo.

## Pet Shop

Um bom lugar para se pensar o modo como as pessoas percebem, lidam e compram animais de estimação, assim como seus produtos, é a *Pet Shop*. *Pet Shop* é toda loja destinada à venda de produtos para animais de estimação que contenha artigos e serviços além de rações. Em uma *Pet Shop* comumente encontram-se alimentos para os animais (rações), mercadorias como brinquedos, roupas, camas, petiscos, escovas, xampus e condicionadores para pêlos, entre outros. O que diferencia uma *Pet Shop* de uma “casa de rações”, por exemplo, é a oferta de serviços para animais de estimação, além das mercadorias. Esses serviços são geralmente relacionados à saúde e ao bem-estar dos animais. O principal serviço que caracteriza uma loja de animais como *Pet Shop* é o “banho e tosa”. A área reservada ao “banho e tosa” dos animais, que, nesse caso, são exclusivamente cães e gatos, é o grande diferencial entre esses dois tipos de estabelecimentos. Os principais clientes do “banho e tosa” são os proprietários de cães, seja pelo fato de existirem mais cães do que gatos classificados como animais de estimação nos grandes centros urbanos do país, seja devido à crença de que “gatos não gostam de tomar banho” ou que “se limpam com as próprias lambidas”.

Outro serviço de destaque das *Pet Shops* é o consultório veterinário. Estes espaços se caracterizam geralmente por pequenas salas onde se realizam consultas de rotina, como as que visam à vacinação anual dos animais domésticos. Não é possível realizar exames mais elaborados ou avaliações mais específicas, pois os recursos existentes nestes espaços são, na maioria das vezes, bastante limitados. Qualquer problema mais grave que ocorra com o animal faz com que ele seja encaminhado para uma clínica veterinária ou um centro de diagnósticos veterinário. Percebe-se, portanto, que este é um lugar para legitimar a

venda de alguns produtos e/ ou medicamentos comercializados na *Pet Shop*, uma vez que é a opinião de um especialista (médico veterinário) que está em jogo.

Algumas *Pet Shops* oferecem também o serviço de hospedagem para cães e gatos. Somente em algumas lojas é possível encontrar este tipo de serviço, pois demanda que o local tenha uma grande área onde possam ser construídos boxes (canis) a fim de que os animais permaneçam hospedados. Outras lojas, por não possuírem um local desta proporção, atuam em parceria com alguns “hotéis para animais” a fim de proporcionar o serviço, mesmo que de forma terceirizada.

### Banho e Tosa

Basicamente, são estes três elementos – sala de banho e tosa, consultório veterinário e hospedagem – que distinguem as *Pet Shops* das demais lojas de ração. Uma *Pet Shop*, para ser classificada como tal, não necessita ter obrigatoriamente estes três tipos de serviços. Basta que um deles seja oferecido aos clientes para ser qualificada desta forma. Dentre as três atividades destacadas, a que mais comumente é encontrada é a área reservada ao banho e tosa. É nesse ambiente, que pode ser comparado a um salão de beleza, que os cães tomam banho, cortam as unhas, aparam os pêlos e fazem os mais diferentes penteados. A frequência com que os cães, principalmente, utilizam os serviços de banho e tosa de uma *Pet Shop* é semanal. De modo geral, um cão toma banho toda semana, principalmente se for um cão de raça que tenha por característica a pelagem longa. A tosa é feita, comumente, uma vez por mês e consiste em cortar ou aparar os pêlos do animal conforme o desejo do proprietário ou de acordo com o padrão estético de cada raça, caso seja um cão de raça pura. Cães de todos os tipos, raças e tamanhos podem ser vistos nas sessões de banho e tosa de uma *Pet Shop*, porém são os cães de pequeno porte os mais

encontrados nesse ambiente. Provavelmente, a maior proporção de cães de pequeno porte que freqüentam as *Pet Shops* se deve ao fato de cada vez mais as pessoas morarem em edifícios de apartamentos e não em casas. Além disso, muitos cães de grande porte vivem em um ambiente externo à moradia, o que faz com que seus proprietários não tenham tanta “necessidade” de mantê-los limpos.

Os gatos, como já foi dito, são raros. Porém, os poucos que tomam banho nas *Pet Shops* geralmente dão mais de trabalho para os tosadores e banhistas pois, como não estão habituados com o banho, costumam se comportar de forma agressiva e arredia, o que pode ser comprovado ao analisar-se a tabela de preços de um banho e tosa (anexo – tabela banho e tosa). Os gatos encontram-se numa categoria diferenciada e apesar de serem animais de porte pequeno, geralmente os preços referentes ao banho e tosa são compatíveis com os dos cães de grande porte. Mesmo não existindo tosa específica para gatos, alguns proprietários de gatos com pêlo longo, optam por tosá-los, a fim de terem “menos trabalho” em casa com escovações diárias dos pêlos dos animais.

Embora o termo comumente utilizado por proprietários de *Pet Shops* seja “sala de banho e tosa” o lugar onde este serviço ocorre aparenta ser mais um banheiro ou lavanderia do que uma sala. A fim de facilitar a limpeza do ambiente, essas salas têm, geralmente, paredes azulejadas do chão até o teto sendo preferencialmente na cor branca. Os itens que compõem o ambiente são: banheira, que pode ser de aço inox, fibra ou de alvenaria azulejada, torneira com ducha de água quente e fria, mesas para tosa e secagem dos animais, secadores e sopradores de ar, gaiolas de metal (onde os animais esperam o momento do banho ou, após o banho, esperam por seus donos), toalhas higienizadas e esterilizadas, máquinas de tosa, tesouras, escovas, pentes, desemboladores (pentas com lâminas entre os dentes, que servem para auxiliar a pentear o animal quando este estiver com os pêlos muito embaraçados), xampus e condicionadores, perfumes, lacinhos e

gravatinhas. Comumente, os cães saem do banho e tosa com gravatas, se forem machos e laços, caso sejam fêmeas, a fim de agradar o proprietário do animal. Os cães aparentam algum desconforto com esses acessórios, mas este “toque final” não pode faltar quando um animal vai tomar banho em alguma loja, pois é um item sempre cobrado por seus donos. Cada vez mais, os acessórios que o animal utiliza após o banho estão se ampliando. Algumas lojas oferecem serviços de hidratação, para os cães que estiverem com os pêlos ressecados, assim como alisamento com produtos específicos para animais, levando o tratamento em torno de três horas.

Outro acessório que está ganhando popularidade nesse ambiente é a colocação de unhas de silicone nos cães. As unhas podem ser pretas, transparentes ou coloridas, de acordo com a vontade do proprietário. Embora a função inicial dessas unhas tenha sido evitar que os cães arranhassem as pessoas com quem vivem, pois têm as pontas arredondadas, ultimamente elas têm sido mais utilizadas para fins estéticos. Caso a pessoa não queira colocar as “unhas postiças”, já que esse procedimento não tem um valor muito acessível (custa em torno de R\$ 110,00) e devem ser trocadas a cada trinta dias, de acordo com o crescimento da unha do animal, além de serem colocadas nas quatro patas, há a possibilidade de simplesmente pintar as unhas do animal da cor que o proprietário quiser. Outro item interessante, ao mesmo tempo inusitado, é a tintura para pêlos. O resultado é mais bem visto em cães de pelagem branca, pois a tintura se fixa melhor. É comum vermos em *Pet Shops* Poodles que entram brancos e saem rosas. Normalmente, quando um animal é tingido a cor escolhida é o rosa.

O mercado de cosméticos voltado para o setor *pet*, ou seja, de animais de companhia, cresce a cada dia. Produtos e serviços utilizados comumente pelos humanos estão cada vez mais sendo transferidos para os animais de estimação. E é nos cães que se

pode perceber melhor essa transferência de produtos dos proprietários para os seus animais de estimação.

Os profissionais que trabalham com banho e tosa são conhecidos como "tosadores" ou "banhistas". Estas duas profissões são recentes e existem cursos rápidos (de aproximadamente dois meses) que habilitam uma pessoa a se profissionalizar nessa área. O SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial) é o formador de grande parte dos tosadores e banhistas que atuam no mercado *pet*. Além deste curso, existem outros em algumas *Pet Shops*. Embora existam cursos formadores dos profissionais desta área, ter realizado um destes cursos não é um requisito no momento da contratação, pois algumas pessoas começam a trabalhar como ajudantes dos tosadores e acabam aprendendo, com a prática, a exercer a profissão. Mais adiante, veremos que isso é um “problema” recorrente nas *Pet Shops*.

Para se ter uma idéia da diversidade de serviços que estão surgindo nas grandes cidades visando atender à demanda cada vez maior de pessoas que possuem animais de estimação é interessante observar a listagem de cursos oferecidos pelo SENAC. Os principais cursos desta entidade são: gestão de clínicas veterinárias e *Pet Shops*; banho e tosa para *Pet Shop*, banho de hidratação e óleo; tintura de pêlos; tosa na tesoura; adestrador básico. Todos esses cursos são oferecidos em uma unidade criada especificamente para atender a este fim que tem por nome “centro de atividades com animais”. Então, pode-se pensar que se um serviço de ensino ligado ao comércio está preocupado em capacitar melhor os profissionais da área é porque existe uma demanda desses serviços. Para realizar qualquer um desses cursos não é necessário ter qualquer formação básica inicial. Considera-se que a principal característica de uma pessoa que opta em trabalhar com animais é gostar deles.

Para trabalhar em um banho e tosa como banhista, o principal requisito exigido pelos proprietários das lojas é que o profissional goste de animais e não tenha medo deles. Observei que grande parte dos profissionais destes “salões de beleza caninos” são homens. Em geral, eles não fazem parte dos quadros de funcionários das lojas, sendo considerados autônomos, recebendo pelos serviços prestados. O pagamento pelos serviços prestados à loja é efetuado semanalmente, em grande parte dos estabelecimentos, de acordo com a produtividade do banhista/ tosador. Pelo contato que tive com alguns banhistas/ tosadores pude perceber que a maioria não tinha nem a formação escolar do ensino médio completo. Conversei com sete profissionais de diferentes lojas e, destes, apenas uma mulher era graduada em direito, aposentada, e estava trabalhando como tosadora após ter feito o curso do SENAC. Ela dizia estar cansada da rotina doméstica e, como gostava de animais, poderia assim aumentar um pouco a renda da família. Os outros eram todos jovens, com idade em torno dos vinte a trinta anos e viam na profissão um meio de sobreviver sem precisar passar pela escolarização. Destes sete, cinco eram homens e duas mulheres. Do total, quatro eram de origem nordestina, o que pode mostrar que talvez esse seja um novo ramo de trabalho para aqueles que tentam “a sorte” nas grandes cidades.

Dentro do ambiente do banho e tosa existe uma hierarquia de funções que reflete o prestígio que cada um desses profissionais tem no campo. O tosador é a autoridade máxima. É ele que detêm os conhecimentos específicos para realizar o serviço. Em algumas *Pet Shops* existem vários banhistas e apenas um tosador. Enquanto os banhistas dão banho, cortam unha e limpam os ouvidos dos cães, o tosador atua como um “artista” com o fim de embelezar, através da tosa, o animal. Se a tosa for considerada “bem feita” pelo proprietário do animal ele certamente voltará e se tornará um cliente cativo do estabelecimento. Os discursos mais recorrentes dos proprietários de cães é que “está cada vez mais difícil encontrar um bom tosador”.



Se o tosador não souber efetuar seu trabalho de forma adequada é provável que, além de não conseguir tosar o animal como esperado por seu proprietário, possa machucá-lo. Esse é um dos principais motivos de brigas e desavenças em uma *Pet Shop*. Um dia presenciei um momento de tensão em uma loja em virtude de uma tosa “mal feita” pelo tosador do local. A proprietária do animal, que participava de um plano mensal de pagamento para os banhos de sua cadela, havia ficado insatisfeita com o resultado da última tosa. Segundo ela, a cadela chegou em casa tremendo e babando e se escondeu embaixo do armário. Ao retirá-la do local onde havia se escondido, a proprietária percebeu que algo diferente havia acontecido e telefonou para a *Pet Shop*. O tosador lhe disse que a cadela tinha babado durante todo o banho e que deveria ser levada ao veterinário, pois poderia estar com raiva. A proprietária, sabendo que a raiva é uma doença praticamente erradicada nas grandes cidades brasileiras, não entendeu porque o tosador estava lhe dizendo aquilo, mas decidiu levar a cadela para uma consulta. Chegando na clínica veterinária, a pessoa que lhe atendeu constatou que a cachorra estava com as patas feridas e que os machucados deveriam ter sido provocados no momento da tosa. Além disso, constatou-se que a cadela estava com sintomas de “gravidez psicológica”<sup>11</sup>, o que deve ter provocado a irritação na hora do banho e o fato de ficar babando. A proprietária da cadela voltou à *Pet Shop* e disse estar muito chateada e decepcionada, pois confiava no trabalho do tosador daquela loja. Este fato gerou um grande mal-estar entre o dono da loja, o tosador e a proprietária, pois ela decidiu que não mais levaria sua cadela para tosar lá, uma vez que não confiava mais nos serviços do tosador. Disse ainda que a cadela era como uma

---

<sup>11</sup> A gravidez psicológica é um distúrbio hormonal que acomete grande parte das fêmeas (dos animais mamíferos) quando, após o período de cio – época em que a cadela encontra-se fértil e, portanto, propícia ao acasalamento – o animal desenvolve sintomas parecidos com o de uma gravidez verdadeira, mesmo sem ter acasalado. Aumentam suas glândulas mamárias, produzindo leite, o qual muitas vezes é ingerido pela própria cadela estimulando a produção de mais leite. Ao mesmo tempo, percebe-se que o comportamento da fêmea modifica-se ficando o animal mais calmo e reservado. Algumas vezes, elas “adotam” algum objeto ou brinquedo para “cuidar” como se fossem seus filhotes de fato, escondendo-os, ninando-os e acariciando-os com a língua.

“filha” para ela e que era inconcebível o fato de machucarem um animal tão dócil. Fatos como esse ocorrem freqüentemente nas mais diversas lojas de animais que visitei ao longo de dois anos. Estes episódios são considerados problemas graves tanto pelos proprietários das *Pet Shops* quanto pelos donos dos animais, devido a dificuldade em se encontrar profissionais qualificados para exercer essa função.

Algumas pessoas que se intitulam tosadoras preferem trabalhar fora do ambiente das *Pet Shops*, atendendo a domicílio ou na própria residência. Segundo um profissional que trabalha cuidando do “visual” dos cães de algumas celebridades cariocas, os seus clientes preferem um atendimento mais personalizado exigindo que o profissional conheça os cães pelo nome e, principalmente, seja carinhoso com eles.

A dimensão da afetividade na relação profissional-cão é muito importante para consolidar a relação com seus proprietários. Afinal, como foi visto acima, se o cão não for “bem tratado” a relação profissional não se consolida. João Alt, que oferece o serviço de “*personal dog stylist*”, diz que tem clientes que lhe telefonam até de madrugada para atender às necessidades de seus animais. Está crescendo o número de pessoas que prefere acompanhar o banho dos seus cães nas próprias residências. Segundo uma informante que utiliza esse serviço, o benefício está justamente em poder confiar no profissional, pois “debaixo dos meus olhos seria difícil ele machucar meu cão”.

A maior preocupação, portanto, dos proprietários dos animais que tomam banho através de serviços contratados parece ser mais com o bem-estar do cão do que com a estética. Pois, como disse certa vez uma cliente em uma *Pet Shop*, “os animais não podem falar e dessa forma não temos como saber se estão sendo bem tratados ou não. Apesar da Nina já tomar banho aqui há algum tempo, faço questão de ficar tomando conta de tudo que fazem com ela. Além da proximidade da minha casa, só dou banho nela aqui porque a parede do banho e tosa é de vidro. Se não pudesse ficar de olho, nem viria. Não suporto

aquelas lojas em que eles somem com o animal e levam para uma salinha escondida onde a gente não pode ver o que está acontecendo. A Nina é tão indefesa... Se acontecer alguma coisa com minha cachorrinha acho que eu morro”.

Por esse relato, pode-se perceber a relação de afeto e proteção que a proprietária tem com sua cadela. Mas se a preocupação é tanta, porque os próprios proprietários não dão banho em seus animais? O discurso mais comum é de que as pessoas não têm tempo ou que o animal não fica quieto, dificultando o processo. Eles preferem “correr o risco” de colocar seus cães nas mãos de pessoas estranhas do que eles próprios cuidarem deles.

### *Mercado Pet no Brasil*

Os estabelecimentos que compõem o mercado *pet* no Brasil atualmente são as *Pet Shops* com suas unidades de banho e tosa, hotéis e centrais de adestramento, chegando até às clínicas e hospitais, os chamados centros de saúde animal – verdadeiras empresas pelo grau de especialização e sofisticação de serviços e produtos. Segundo o Conselho Regional de Medicina Veterinária, existem 8 mil *Pet Shops* em todo o Brasil, sendo que mais da metade (5,8 mil) estão na cidade de São Paulo.

Uma população de 27 milhões de cães, 11 milhões de gatos, além de um grande número de outras espécies classificadas como exóticas de animais de pequeno porte alimenta o potencial deste mercado. Completam esse segmento, pássaros ornamentais e peixes, bem como o ramo voltado para eqüinos de esporte e lazer.

Recentes previsões de economistas anteciparam que o segmento passaria por um estágio de estabilização, seguindo a tradicional curva de comportamento empresarial. O que se observou, no entanto, foi uma segregação dos estabelecimentos e empresas não adaptadas ou voltadas para o progresso e a inovação do setor *pet*.

Qualquer setor da economia passa por transformações, mudanças de hábitos e atitudes dos consumidores, o que provoca o surgimento de novos produtos que atendam a demanda. No mercado *pet*, além de ter que atender às necessidades orgânicas e de saúde dos animais é preciso satisfazer seus proprietários, uma vez que o animal é considerado um amigo, filho ou companheiro.

No Brasil, a ração para animais de estimação chegou nas lojas no final da década de 1970, trazida pela empresa americana Ralston Purina que produz alimentos para cães desde 1937. “*Bonzo não é ração, é refeição*”. Este foi o *slogan* da Purina que mudou o mercado *pet* brasileiro e, conseqüentemente, o comportamento das pessoas, que até então alimentavam seus cães com restos de comida.

O mercado brasileiro voltado para animais de estimação movimentou, em 2003, cerca de R\$ 14 bilhões, segundo a Associação Brasileira do Mercado Animal, sendo que nos últimos dez anos o mercado de cães cresceu 460%.<sup>12</sup> Ainda de acordo com a Associação Brasileira do Mercado Animal e a Associação Nacional dos Fabricantes de Alimentos para Animais – Divisão de Animais de Estimação (ANFALPET), o segmento *pet* cresce 20% ao ano, com destaque para o setor de alimentação.

O Brasil é o segundo maior mercado mundial de “*pet food*” em volume, com uma produção de 1,2 milhão de toneladas, e o quinto maior em faturamento, com US\$ 1,2 milhão ao ano. O segmento é responsável por 80% da movimentação do setor e, de acordo com os especialistas, ainda tem muito potencial de crescimento, pois apenas 40% dos animais de estimação consomem ração, sendo que, entre eles, o cão é a espécie mais representativa (aproximadamente 70%). Os 60% restantes consomem alimentos “caseiros”, composto por sobras das refeições dos seus donos.

---

<sup>12</sup> Fonte: *Guia Cães*. Ed.02. Ano II. 2005. Arroio Editorial.

A alimentação classificada como “balanceada e saudável” começa a ganhar espaço também no mercado externo com cerca de 46 países importando os produtos fabricados no Brasil, principalmente países da América Latina e Europa. Até o final de 2004 o setor exportou 34 mil toneladas e faturou US\$ 16 milhões.

O Brasil representa 3,4% do volume mundial exportado. Os Estados Unidos, líderes mundiais, faturam dez vezes mais, cerca de US\$ 12,5 bilhões anualmente. Há ainda um potencial interno de expansão da ordem de 50% na demanda por rações para pequenos e médios animais. A dimensão desse mercado pode chegar a um volume de 3,2 milhões de toneladas ao ano em 2005.<sup>13</sup>

As indústrias que atuam no setor *pet* também investem cada vez mais em pequenos nichos, como o de *snacks* – salgadinhos e biscoitos para cães. Assim, caracteriza-se um mercado de rações dividido em três categorias: secos (rações), que corresponde a 91% das vendas do setor; úmidos (rações em pasta) com 8%; e os *snacks* com 1%. Esta última categoria, mais os artigos de luxo como perfumes, chocolates e refrigerantes para cães, por exemplo, representam cerca de 1% do mercado interno brasileiro, ou seja, US\$ 10 milhões ao ano.

A indústria brasileira de alimentação animal fechou o ano de 2004 com uma produção de 43,4 milhões de toneladas, volume 5% superior ao de 2003, de acordo com os dados do Sindicato Nacional da Indústria de Alimentação Animal (SINDIRAÇÕES). Entre os segmentos da indústria de alimentação animal, o de *pet food* teve o maior crescimento. Os fabricantes aumentaram a produção em 11%. O faturamento desta fatia em 2004 foi de US\$ 722 milhões. Deste montante, US\$ 15,9 milhões vieram das exportações. De acordo com Mario Sergio Cutait, presidente do SINDIRAÇÕES, “o mercado externo é algo novo para a indústria da alimentação animal, mas já demonstra sua força. Tivemos um salto

---

<sup>13</sup> Fonte: *Guia Cães*. Ed.02. Ano II. 2005. Arroio Editorial.

considerável de 2003 para 2004 e as perspectivas para 2005 são muito boas. O segmento de *pet food* do Sindicato, através de sua parceria com a Associação Nacional dos Fabricantes de Alimentos para Animais de Estimação (ANFALPET), está selando uma parceria com a Agência de Promoção de exportação, para um programa de fomento às exportações com o apoio do Ministério de Tecnologia, Indústria e Comércio Exterior”.<sup>14</sup> Antônio de Miranda, presidente da ANFALPET diz também que “ainda podemos melhorar muito nossa performance. A venda de alimentos industrializados para cães e gatos cobre 41% da população animal brasileira. Na Europa, por exemplo, este número é 86%”.<sup>15</sup>

Quanto aos serviços voltados para os proprietários de animais de estimação, existem, também, motoristas de cães, denominados de “*táxi dog*”, que trabalham por chamadas, levando e trazendo os animais de estimação principalmente para consultas veterinárias ou viagens de longa duração; “Passeadores”, que levam os cães para “dar uma voltinha”, conforme a necessidade do proprietário; cemitério especial para *pets* com serviços de cremação (coletiva ou individual) ou sepultamento; “Agências Matrimoniais”, que promovem encontros entre cães do sexo oposto; “Agências de Festa”, que produzem e promovem desde simples encontros para celebrar a amizade entre proprietários e seus cães a festas de casamento de cães e batizados de seus filhotes. Estes serviços são utilizados mais comumente pelas classes médias e altas devido ao alto custo.

Os serviços de hospedagem para animais são cada vez mais procurados por donos de cães que querem viajar e não têm onde deixar o animal (são poucos os hotéis que permitem hospedar um animal de estimação no quarto com o hóspede). Empresas especializadas em hotelaria para animais de estimação estão investindo em reformas e infra-estrutura para atender à demanda crescente de pessoas que precisam desses serviços. As diárias dos hotéis caninos atualmente saem em torno de R\$ 35,00 com possibilidade de

---

<sup>14</sup> Fonte: Revista *Melhor Amigo*. Ed.10. Ano II. 2005. Arrio Editorial.

<sup>15</sup> Idem.

pacotes para temporadas e feriados, tal qual é realizado no serviço de hotelaria humano. Há ainda o serviço de “creche canina” que visa tomar conta do animal por um determinado número de horas por dia, ocasião em que seu proprietário precisa se ausentar para trabalhar ou para outra qualquer eventualidade e não deseja que seu animal fique em casa sozinho.

No setor de *Pet Shops* uma grande linha de perfumes, confecção de roupas, xampus especiais, produtos de beleza e higiene, brinquedos e jóias estão cada vez mais ganhando espaço nas prateleiras. Há ainda boutiques e padarias especializadas para donos de cães mais exigentes que oferecem refrigerantes, chocolates, tortas, bolos e diversos tipos de pães que seguem receitas balanceadas para animais, incluindo-se alimentos “*diet*” para os cães com problemas diabéticos, e “*light*” para os animais que estão acima do peso desejado.

Para atender proprietários com animais obesos foram criados “*spas caninos*”, onde o animal permanece sob dieta orientada pelo médico veterinário, além de praticar exercícios físicos como hidroterapia e caminhadas. Este recurso é utilizado geralmente quando os proprietários dos animais obesos não conseguem ignorar “àquela carinha triste pedindo comida”. Outros afirmam ainda que só oferecem ração e não dão nada extra, e que por este motivo não entendem porque seus cães estão obesos.

Em uma reportagem feita pelo programa “Mais Você”, da Rede Globo, apresentado por Ana Maria Braga<sup>16</sup>, um caso como este foi abordado. A cadela obesa era da raça Labrador e estava com 20 quilos acima do seu peso ideal e por este motivo mal conseguia andar. Segundo sua proprietária, a cadela só comia ração. A equipe do programa visitou a casa e constatou que tinha duas tigelas de comida cheias, uma com ração e a outra

---

<sup>16</sup> Neste programa, que é exibido diariamente no período da manhã, a apresentadora conta com dois ajudantes que remetem ao imaginário dos animais de estimação. Um é a marionete de um papagaio, chamado Louro José, que apresenta o programa com Ana Maria Braga. O outro é uma cadelinha da raça Poodle que circula livremente pelo *set* de filmagem, algumas vezes interferindo nas gravações e entrevistas. Estes seriam os dois mascotes do programa. O interessante é que o papagaio é fictício enquanto que o cão não.

com biscoitos para cães à sua disposição durante todo o tempo. Além disso, a proprietária disse que pela manhã a cadela comia três pães com manteiga e bebia café com leite. A cadela compartilhava de todas as refeições da família e dificilmente ia à rua para um passeio. O programa prometeu que custearia uma temporada no *spa*, para que o animal conseguisse mudar seus hábitos alimentares, pois sua proprietária dizia não conseguir deixar de lhe oferecer comida.

Também crescem os serviços voltados ao bem-estar e saúde dos animais de estimação. Neste contexto, surgiram a odontologia veterinária, oftalmologia veterinária, fisioterapia, tratamentos alternativos como acupuntura e homeopatia para animais e atendimentos especiais como psicólogos e “médiums” que podem perceber os pensamentos e angústias dos animais.

A oftalmologia e odontologia veterinária tiveram crescimento de 30% em 2003 e em 2004 a demanda cresceu mais 20% se comparada a 2003. A psicologia veterinária é outra especialidade que vem crescendo e é possível marcar uma consulta pagando cerca de R\$ 80,00 a R\$ 100,00 por sessão. Outros tratamentos alternativos como homeopatia, florais de Bach, acupuntura e até mesmo banhos de ofurô, pétalas de rosas e hidromassagem, podem custar até R\$ 80,00 por sessão. Para todo esse “conforto” dos cães, existem, hoje, planos de saúde caninos, que cobrem desde consultas para vacinação até internações e cirurgias estéticas. Outro setor que tem movimentado grandes quantias é o da indústria de medicamentos. Um exemplo são os produtos antipulgas (coleiras, xampus, sabonetes e remédios) que movimentam entre R\$ 40 e R\$ 50 milhões por ano.

De acordo com a revista *Veja*<sup>17</sup>, em apenas duas décadas a expectativa de vida dos animais de estimação aumentou sensivelmente. Cães de pequeno porte, por exemplo, viviam cerca de dez anos. Hoje, eles vivem quinze anos em média. Além disso, muitas das

---

<sup>17</sup> Revista *Veja*. Ed. Abril. 1 de fevereiro de 2006. p.60



doenças consideradas fatais se tornaram crônicas. Esse avanço deve-se, em grande parte, às conquistas da medicina veterinária, que incrementou os recursos para prevenir e diagnosticar doenças. Os proprietários de animais de estimação vivem imersos em uma enorme rede de publicidade de artigos para animais que acaba sendo um grande aliado na divulgação das novidades desse setor da vida social.

Não bastassem todos os produtos e serviços mencionados, cursos são ministrados em todo o país (porém com concentração na cidade de São Paulo): de adestramento, de posse responsável e de comportamento animal. O mercado virtual aparece como outro nicho em expansão. Algumas *Pet Shops* virtuais disponibilizam mais de 5 mil itens e relatam até 35 mil clientes cadastrados, que fazem compras em qualquer horário, sem sair de suas casas. Uma pesquisa da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) constatou que os gastos com animais domésticos aumentaram 21,04% no período entre junho de 2002 e maio de 2003.

Outro dado curioso é o fato de existir duas marcas de ração comercializadas no Brasil que desenvolveram produtos específicos para determinadas raças. A multinacional *Royal Canin* e a brasileira *Premier* são as únicas marcas de ração a fabricar alimento específico para cada raça. A primeira oferece ração específica para as raças Yorkshire, Poodles, Dachshund e Labrador. Já a *Premier* oferece ração para uma variedade maior de raças, além de fabricar alimentos específicos também para filhotes. De acordo com a revista “Cães & Cia”<sup>18</sup>, o Brasil é o único país do mundo com mais de dez raças caninas atendidas por alimentos formulados exclusivamente para cada uma delas. Existe, então, uma preocupação no mercado brasileiro em valorizar os cães de raça pura, uma vez que as pessoas que possuem esses cães são das classes mais abastadas, podendo oferecer ao animal rações mais sofisticadas. Ambas as marcas mencionadas são classificadas pelos

---

<sup>18</sup> Revista *Cães & Cia*. Ano XXV. N. 303. Agosto de 2004. Editora Forix.

consumidores como as mais caras do mercado *pet*, justamente por ter uma linha bem diversificada de produtos. A *Premier* tem inclusive uma ração que é destinada aos cães com mais de quatro anos que diz ter na sua fórmula componentes anti-idade. A propaganda desta ração assemelha-se muito à dos cosméticos femininos que prometem minimizar os efeitos da idade nas mulheres.

É interessante notar que a organização das rações específicas para cada tipo de cão remete à nossa classificação das coisas. Temos rações de acordo com a idade (filhotes, adultos e idosos), de acordo com a raça (que pode ter uma analogia com alguns cosméticos que são feitos para privilegiar peles negras, brancas ou pardas, ou ainda cabelos crespos, lisos, enrolados etc) e medicamentosa (com efeitos semelhantes aos das dietas que visam, por exemplo, diminuir o colesterol e afins). As inovações nesse setor são cada dia maiores, pois encontra consumidores ávidos em experimentar novidades. Na *Pet Shop* em que realizei minhas observações percebi que essas eram as rações mais procuradas pelos clientes, justamente por haver uma grande variedade dentro de uma mesma marca.

Outra ração bastante procurada era a *Pedigree*, porém o produto não é comercializado nesta loja, pois o proprietário do estabelecimento visava fornecer a seus clientes o que, segundo ele, há de melhor no mercado *pet* em matéria de alimentação. A *Pedigree* é uma ração que não é classificada como “*super premium*”<sup>19</sup>, que é a ração com maior nível de proteína. Seria equivalente ao *filé mignon*, parte bovina considerada nobre no cardápio brasileiro. Ao olhar o preço por quilo dessas rações (em média R\$ 20,00) pode-se constatar que a comparação é pertinente não só em termos qualitativos quanto de valor econômico. As rações para raças específicas são ainda mais caras, pois teriam componentes específicos para a pelagem e fisiologia de cada animal (em média R\$ 30,00 por quilo). A *Pedigree* é uma ração bastante procurada porque durante muito tempo não

---

<sup>19</sup> As rações são classificadas como *super premium*, *premium* e *standard* (comercial) e se diferenciam pelo nível de proteína e vitaminas que são conferidas ao produto.

tinha concorrentes no setor de alimentação animal e ainda investiu fortemente em propaganda o que consolidou a marca no mercado *pet*.

Já que este é um mercado cada vez mais concorrido, surgindo marcas novas e produtos em uma velocidade surpreendente, pode-se observar a invasão das “celebridades” também nesse setor. Artistas como Luisa Mel, Eliana, Daniel, Maurício de Souza e outros estão lançando produtos para animais de estimação que levam o seu nome junto à marca. Personagens de desenho animado ou história em quadrinhos também fazem parte desse *marketing*, alguns deles são Bidu, Garfield e Snoop. Grifes famosas também investem no mercado *pet*. A francesa *Louis Vuitton* tem uma linha de acessórios que inclui coleiras e guias que combinam com a bolsa para transportar animais (O preço médio destes produtos são: R\$ 750,00 a coleira e a bolsa custa cerca de R\$ 5 mil). A marca italiana *Versace* também investiu nos clientes que têm cães como animais de estimação e produziu coleiras com guia feitas em aço e couro, além de comedouro em porcelana com detalhes em ouro. *Tiffany* e *Gucci* também investiram nas coleiras em ouro com pingentes para adornar os cães de seus clientes além de perfumes fabricados para cães e gatos por grifes famosas.

Essa variedade de produtos para cães também existe em supermercados, porém em marcas mais acessíveis. As partes destinadas aos produtos referentes aos animais de estimação estão ficando cada vez maiores nos corredores dos mercados. Até pouco tempo, ração só podia ser comprada em casas de rações ou agropecuária. Hoje, é difícil encontrar um supermercado, mesmo os de menor porte, que não tenha algum produto destinado ao consumo dos animais de estimação. Até mesmo nas lojas de conveniência normalmente localizadas em postos de gasolina é possível encontrar ração e alguns petiscos para cães e gatos. Pode-se dizer, então, que os animais estão “invadindo” cada vez mais os espaços que até então eram ocupados somente por humanos.

Em São Paulo, existem duas *Pet Shops* (Pet Center Marginal e Cobasi) que podem ser comparadas a *shoppings* devido ao tamanho e variedade de produtos comercializados no local. A pioneira neste tipo de estabelecimento foi a Cobasi, cuja primeira unidade foi inaugurada em 1985, na região do Ceasa (São Paulo). Já a Pet Center Marginal surgiu em 2002 sendo considerada a loja para *pets* com maior área no Brasil e na América Latina, além de ser a única *Pet Shop* no mundo que fica aberta 24 horas por dia. As pessoas fazem compras junto com seus animais de estimação que podem circular livremente pelos corredores ou em carrinhos como os de supermercado onde os clientes levam as mercadorias. Segundo Sérgio Zimerman, coordenador geral da loja, é comum receberem dez mil pessoas em um fim de semana.<sup>20</sup>

Outro fato interessante da cidade de São Paulo é que alguns *shoppings* permitem a entrada de cães para passear junto ao dono. Algumas restrições são feitas quanto aos locais em que não se pode ter acesso com os cães. Na praça de alimentação e no cinema o animal não pode entrar. Mas, pensando nestes lugares em que o animal não pode circular, o *shopping* reservou um espaço (*Dog's parking*) destinado a deixar os animais enquanto seus donos fazem suas refeições ou assistem a algum filme. Alguns desses *shoppings* são: Higienópolis, Iguatemi, Villa-Lobos e Eldorado. Em outros, o animal não pode descer do colo do proprietário, como no Center Norte e no Morumbi. No Rio de Janeiro, somente o *shopping* Rio Design, no Leblon, permite a entrada de cães, mas já vi cães no colo de pessoas no Ilha Plaza, Nova América e Barra Shopping.

Em São Paulo, levar os cães para locais como *shoppings* é um fenômeno que está sendo cada vez mais comum. Atitudes como essas acabam por gerar algumas desavenças entre as pessoas que têm e as que não têm animais de estimação, seja por não querer, seja por não gostar do contato mais próximo com os animais. Por esse motivo, são feitas várias

---

<sup>20</sup> Fonte: Revista *Cães & Cia*. Ano XXV. n. 303. Agosto de 2004. São Paulo: Editora Forix.

campanhas sobre “posse responsável” que ensina noções de cidadania para as pessoas que têm animais, principalmente cães. Esta iniciativa é uma tentativa de algumas organizações não-governamentais de não perder as conquistas que foram alcançadas nos últimos anos, como poder levar o cão ao *shopping*, em alguns restaurantes e tê-los em condomínio. Muitas regras em condomínios precisaram ser modificadas para que a convivência pudesse se tornar harmoniosa entre os vizinhos devido a presença cada vez maior de cães morando em apartamento. O maior motivo de polêmica em condomínios é o porte do animal. Quando se é proprietário de cão de grande porte e se mora em um apartamento, geralmente este morador não é bem visto pelos demais, principalmente se o cão for de raça considerada “perigosa” para o convívio social, como é o caso dos cães da raça Rottweiler e Pit Bull. Estas raças estão constantemente envolvidas em casos de agressão, seja na rua ou em condomínios. Por este motivo, a governadora do Rio de Janeiro tentou fazer vigorar uma lei que restringisse a presença desses animais fora de seu domicílio antes das 22 horas, além de obrigar o uso de enforcador e focinheira<sup>21</sup>. Devido a muitas controvérsias e descumprimento da lei, além do despreparo da polícia para identificar as raças que tinham sua circulação proibida, o projeto de lei não vigorou. Muitas pessoas se manifestaram sobre o assunto (contra ou a favor), mostrando que, de alguma forma, assuntos relacionados à conduta dos cães é um tema importante na nossa sociedade.

---

<sup>21</sup> Enforcador é uma coleira em forma de cordão metálico com pinos voltados para o pescoço do animal que tem um mecanismo estrangulador caso o cão ameaçar se afastar do condutor. Quanto mais o animal fizer força para alavancar o condutor, maior será a intensidade do estrangulamento. Focinheira é uma mordança, que pode ser de plástico, *nylon* ou metal com a qual o animal não consegue abrir a boca ou fazer movimento com os maxilares.

### Observando uma Pet Shop mais de perto

Para realizar a pesquisa, senti a necessidade de conhecer e participar do dia-a-dia de uma *Pet Shop*. A *Pet Shop* selecionada situa-se na esquina da avenida principal da Ilha do Governador com a rua que desemboca na entrada do bairro Jardim Guanabara. Este é um bairro considerado como o de terceiro melhor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) da cidade do Rio de Janeiro, classificando-se melhor do que vários bairros da Zona Sul, região considerada nobre. Sua população é composta principalmente pelas camadas médias e altas da cidade. Embora pessoas de todas as regiões da Ilha do Governador possam frequentar a loja, percebi que a maior parte da clientela é a das classes mais abastadas. Talvez isso se deva ao fato de estar localizada na entrada do bairro de maior prestígio econômico e social da região, mas também por se situar em um pequeno centro comercial sendo cercada de duas lojas (uma drogaria e uma vídeo-locadora) proprietárias de enormes redes de estabelecimentos em toda a cidade, com preços considerados não muito acessíveis para as classes menos abastadas.

Um diferencial desta loja em relação às demais é que nela os animais também são comercializados. Nem toda *Pet Shop* comercializa cães e gatos. Os animais mais facilmente encontrados são aves e peixes. Este é um atrativo até mesmo para os que ainda não têm animal de estimação. Ouvei, várias vezes, pessoas conversarem ao passar pela loja, seja por ter ido escolher um filme ou para comprar algum medicamento, sobre a possibilidade de ter um cão como animal de estimação. Nesta loja, especificamente, a única espécie animal que é comercializada é a canina. O proprietário do estabelecimento, além de comercializar os cães, é também proprietário de um canil e participa com seus cães das Exposições de Beleza e Estrutura. Este é um fator que a diferencia das demais lojas, pois, segundo o proprietário, ele só trabalha com cães de “alta qualidade”. Estes cães têm

um custo um pouco mais elevado, mas mesmo assim existe uma parcela da população que disse só ter comprado o cão ali, pois sabia de sua boa procedência. As raças comumente comercializadas são as que estão "na moda", sendo considerado elegante ter cães destas raças e, principalmente, serem cães de "raça pura". São elas: Yorkshire, Shih Tzu, Labrador, Pug, Bulldog Francês, Maltês, Schnauzer (fotografias em anexo). Estes animais têm custo médio de R\$ 1.200,00 a R\$ 2.000,00.

A frente da loja é toda de vidro, permitindo que todos, os que estão dentro e fora do estabelecimento, possam ver suas mercadorias e os animais que estão expostos. As paredes são verdes e as prateleiras são também em vidro o que lhe confere um ar mais sofisticado. No fundo da loja está o "banho e tosa" separado dos clientes por uma enorme janela, o que permite que todos vejam o que está ocorrendo com os animais lá dentro. Como já foi mencionado, esta é uma exigência cada vez maior dos clientes que frequentam esses ambientes. Grande parte das *Pet Shops* parece, à primeira vista, lojas destinadas a artigos para bebês, pois em sua vitrine é exposta uma infinidade de brinquedos de pelúcia e roupinha para cães que se assemelham muito com as de crianças. Certamente essa proximidade visual não é à toa. Ao perceber que os proprietários de cães os viam como gente, equivalentes a crianças, os proprietários de *Pet Shops* começaram a investir nesse imaginário apostando na arrumação de suas lojas de modo a assemelhar-se às das lojas para crianças. Vale lembrar que as crianças são muitas vezes determinantes para a aquisição de um animal de estimação em uma família, pois existe uma crença fundamentada, inclusive em pesquisas na área da psicologia, de que o convívio das crianças com um cão é um bom elemento socializador, uma vez que lhe proporcionaria ter atitudes de responsabilidade, afeto, diminuir ansiedade (quando ela existir), além de interação para casos em que o casal tem apenas um filho.

Na parte da manhã pude perceber que grande parte dos freqüentadores é composta de mulheres e idosos. Às vezes os idosos passam horas na loja brincando com os cães da vitrine e contando as peripécias de seus cães. Alguns querem tirar dúvidas a respeito do comportamento dos animais, outros querem reclamar de alguns inconvenientes que seus cães já lhe causaram. Mas percebi que a maioria das pessoas que freqüentam *Pet Shops* quer, na realidade, falar, conversar sobre seus animais de estimação, com pessoas que compartilhem dos códigos desse universo. Logicamente, a compra de mercadorias é o elemento motivador da ida de uma pessoa a uma *Pet Shop*, mas não é só isso que se pretende quando está lá. Um dos motivos pelo qual as pessoas elegem uma loja para fazer de seu cão um cliente fiel ao banho e tosa, parece ser a possibilidade de encontrar, pessoas que, assim como elas, considerem seus cães como membros da família. Nas conversas que ouvi nesta loja, percebi que a principal característica que pode tornar um cão membro de uma família é o fato de "dormir na cama com seus proprietários". As pessoas, neste universo, dizem que o cão tem uma "família canina", que seriam seus pais biológicos (cão e cadela) e seus irmãos, que são os demais filhotes da ninhada de que é proveniente. E uma "família humana", pela qual foram "adotados", ou seja, seus proprietários. Também na "família humana", os cães teriam pais e irmãos, às vezes até padrinhos e tios conforme o tamanho da família e o grau de identificação com o animal. Estes cães, portanto, estão cada vez mais sendo vistos como "gente" pelas pessoas que se dedicam a cuidar deles, muitas vezes se importando mais com os animais do que com os próprios filhos. O fato de compartilhar da cama do dono confere ao animal uma posição bastante privilegiada no ambiente familiar. Já ouvi relatos de casais que não abrem mão de que seu animal durma com eles, mesmo que possa resultar algum desconforto nas horas de sono. Existem casos ainda de cães que são "mais ciumentos" e rosnam para um dos parceiros do casal na hora em que o outro vai se deitar. Uma das clientes disse que quando está dormindo, ninguém



consegue acordá-la, pois seu Poodle ataca as pessoas, agindo de forma a “defendê-la”. Segundo ela, o Poodle ataca qualquer um, sua mãe, seu pai, seu namorado, que na realidade não são pessoas estranhas a ele. Ela contou esta história achando adorável a dedicação e devoção que seu cão tem com ela, muitas vezes estimulando-o a ter este tipo de atitude.

Uma reportagem<sup>22</sup> revela que chegou no mercado um videogame no qual o jogo consiste em criar cães. É um brinquedo voltado para as crianças cujos pais não querem ter um cão de verdade. Através do jogo é possível levar o cão para passear, dar-lhe comandos, oferecer alimentos e moradia, além de saber o que os animais estão pensando. Se a criança conseguir coordenar o animal de modo satisfatório de acordo com as regras do jogo, o cão crescerá e poderá até gerar filhotes. A criação de jogos como esses servem para mostrar que até mesmo aqueles que não têm animais de estimação compartilham da lógica de pensar os cães como humanos, uma vez que, no jogo, os animais exprimem seus pensamentos. Um jogo para adultos também deste mesmo tipo, em que as pessoas são capazes de controlar quase todos os atos dos personagens do jogo, já tem a sua versão voltada para os animais de estimação. O jogo “*The Sims*”, que é classificado como um simulador de vida e pode ser jogado durante meses pela mesma pessoa, lançou um pacote de expansão que tem como função adicionar animais de estimação na vida dos personagens, que podem ser cães, gatos, pássaros ou peixes. Demonstra-se, com jogos como estes, o quanto um animal de estimação é representativo na vida da maioria das pessoas da nossa sociedade.

Algumas famílias, quando decidem comprar um cão como animal de estimação, dizem estar realizando um sonho dos filhos. De fato, as crianças pedem um cão de presente para os pais sempre que entram na loja. Após comprar um animal, as pessoas acabam

---

<sup>22</sup> Revista: *Cães e Cia.* n. 319. Ano XXVI. Dezembro 2005. Editora Forix.

voltando, seja para comprar ração, seja para levar o cão para o banho e tosa. O fato curioso é que ao perguntar pelo animal, a maioria responde que as crianças nem ligam mais para o cão e quem cuida deles são os pais. Em geral, essa é uma tarefa que acaba sendo cumprida pela mãe, pois se os cães são vistos como “eternas crianças” caberia à mulher a lida diária com o animal. O interessante é que as pessoas falam com uma certa tristeza do fato das crianças brincarem só um pouco com animal e logo irem fazer outra coisa. Uma vez presenciei um pai e um filho conversando na porta da loja sobre os cães da vitrine. O pai, pelo que pude perceber, era separado e queria agradar o menino lhe presenteando com um animal. Para surpresa dele, o menino disse que não gostava de cachorro e que não queria aquele presente no “dia das crianças”, deixando o pai muito frustrado.

No começo do ano, conheci uma moça que se casaria em breve. Devido ao fato de seu futuro marido viajar bastante e por longos períodos, pois é médico da seleção brasileira de futebol feminino, decidi que compraria um cão. Todos de sua família foram contrários a sua decisão, pois a moça nunca tinha tido cães antes. Porém, ela convenceu a todos por passar horas na *Pet Shop* brincando com os animais. Por ser uma pessoa extremamente simpática, sempre convencia o dono da loja a soltar o cão para que ela pudesse brincar com ele. O cão era um macho da raça Shih Tzu. Às vezes, ela ia mais de uma vez à loja para "brincar" e ver se realmente gostaria de ter um cão. Como ela mesma dizia, era uma espécie de *test drive* para saber como é ter um cão como animal de estimação. Comumente, aparecia na loja sozinha na parte da manhã para saber sobre os cuidados que deveria ter com o animal. À noite voltava com o noivo, porém não dizia que queria ir a *Pet Shop*. O pretexto que ela dizia utilizar era que queria alugar um filme para ver com ele. Com o tempo, o noivo percebeu que esta era apenas uma estratégia para visitar a loja. Quando estavam juntos, ela pedia para soltar o cão, que geralmente ficava preso na vitrine, sentava no chão com ele e brincava por quase duas horas. O noivo dizia que mesmo percebendo a

“paixão” dela pelo cão, que não a presentearia caso os pais da moça não concordassem. Dois dias depois, ela foi à loja com os pais, que acharam o cão “muito bonitinho”, mas disseram não gostar do contato com esses animais. A moça saiu da loja naquele dia, dizendo que os convenceria. No dia seguinte, levou um casal de padrinhos do seu casamento para dizer que presente gostaria de receber deles na ocasião. Foi então que combinaram que assim que ela casasse lhes dariam um cão daquela raça. Como faltavam ainda dois meses para o casamento, aquele cão pelo qual ela "se apaixonou" acabou sendo vendido. Mesmo assim, ela não desistiu da idéia. Alguns dias depois do casamento, ela voltou à loja com os padrinhos e comprou o cão, que, de fato, foi útil para lhe fazer companhia na ausência do marido. Segundo ela, o cão havia mudado sua vida, mesmo dando um pouquinho de trabalho. Seus pais, que tinham sido tão resistentes à idéia de ter um “cão na família”, tornaram-se apaixonados por ele. Histórias como estas são constantes nesta *Pet Shop* em que realizei meu trabalho de campo.

O encerramento do expediente é em torno das 21 horas o que proporciona que as pessoas que estão saindo do trabalho possam visitá-la e desfrutar dos seus serviços. Escolhi esse horário para realizar minhas observações de campo pois, segundo o proprietário, à noite era o melhor horário para encontrar as pessoas que gostam de conversar sobre seus animais de estimação. De fato, percebi que ele tinha razão. Por se localizar ao lado de uma loja de entretenimento (locadora de filmes), esta *Pet Shop* acabava por se tornar um atrativo e divertimento por causa dos cães expostos na vitrine. Algumas pessoas realmente iam lá só para conversar, sem comprar nada. Outras levavam as crianças só para ver os animais. É interessante notar que no horário noturno, como bem notou o proprietário da loja, “a *Pet Shop* parecia mais um zoológico do que uma loja propriamente dita”. Frequentemente, os pais deixavam seus filhos na loja por quase uma hora enquanto escolhiam o filme que veriam à noite. Ao sair da locadora e voltar à loja para chamar as

crianças, quase sempre havia "choradeira", pois elas só queriam ir embora se os pais comprassem um cão. Algumas delas, inclusive, já tinham cão em casa. Mas, mesmo assim, pediam aos pais para comprar "aquele" que estava na vitrine.

Mas nem só as crianças iam à loja ver os cães. A grande maioria das pessoas que ficava minutos na vitrine "brincando" com os animais eram pessoas jovens ou adultas, homens ou mulheres. O mais curioso era o fato das pessoas entrarem na loja somente para conversar sobre seus animais. O proprietário da loja é uma pessoa simpática e sempre demonstrou interesse pelos assuntos que os clientes traziam o que proporcionava algumas vezes horas de conversa sobre cães na loja, sem comprar nenhum artigo. Se pensarmos que a *Pet Shop* é um lugar de venda de produtos e serviços é interessante analisar porque algumas pessoas acabam indo lá somente para falar sobre seus animais. Percebi que a incidência destes casos aumentou na medida em que as pessoas descobriam que o proprietário da loja era também adestrador, tinha um canil e ainda cursava medicina veterinária. Ou seja, não era um simples comerciante ou empresário. Era uma pessoa vista como um especialista em cães. Alguns clientes, inclusive, dizem só freqüentar a loja nos dias e horários que sabem que ele estará lá e assim terem a oportunidade de conversar com ele sobre seus *pets*.

A revista *Veja*<sup>23</sup> abordou um tema, dias antes das festas de natal, que fazia referência às coisas que são consumidas em função dos animais de estimação. O título da reportagem era o seguinte: "O que seu bicho precisa para ser feliz", questionando o modo como as pessoas tratam seus animais de estimação. As primeiras frases da reportagem mencionam como é a vida de um gato Persa branco chamado "Frost", de quatro anos, que segundo seu dono, Gerson Pereira, tem vida de rei. Abaixo transcrevo algumas frases de seu relato:

---

<sup>23</sup> Revista *Veja*. Ed. 1935. Ano 38. n.50.14 de dezembro de 2005. Editora Abril (p.138-142)

“Come ração ‘super Premium’, aprecia cravo e carne crua e nada lhe é proibido, desde que venha da mão – mão mesmo, literalmente – do dono (*Na tigela ele se suja e pode manchar o pêlo*). Só toma água mineral. Os olhos acobreados que contemplam o mundo com felina superioridade são limpos três vezes ao dia. A branca e fofa pelagem dá um trabalhão: é desembaraçada diariamente com pente e lavada uma vez por semana com 1) musse desembaraçante; 2) xampu e condicionador especiais (*Primeiro teste no meu cabelo*, ressalta o dono); 3) mais musse; 4) soprador (secador bem potente e morno); 5) secador normal, para a ‘escova’ final. Dorme numa *bergère* só sua, coberta com manta azul. Nunca pisou a pata imaculadamente branca na rua.” (p.138-9)

Todo esse relato tinha um propósito. De acordo com alguns veterinários e psicólogos entrevistados pela revista que estudam relacionamento entre humanos e animais de estimação “não é saudável tratar (e vestir, e enfeitar, e alimentar, e mimar) animais como gente, algo cada vez mais freqüente num mundo em que esse vínculo se estreita – e multiplicam-se as ofertas de produtos e serviços” (p.139-40). A reportagem parecia uma espécie de auto-ajuda, só que nesse caso, não para humanos e sim para os animais. Todos estes apetrechos que as pessoas insistem em fazer com que seus animais usem seriam “supérfluos” e “desnecessários” para que o animal tenha uma “boa vida”. Afirmava ainda que o que os animais precisariam para ser “feliz” seria alcançado “se mantidos dentro de sua condição de animais”. A matéria mostra uma preocupação com a forma exagerada e obsessiva em tratar os animais como gente e, principalmente, como membros da família. Afinal, levar um animal para passear na rua teria a função de fazê-lo caminhar e sair do confinamento dos apartamentos. Porém, cada vez mais estão sendo fabricados mecanismos que de alguma forma inibem que o animal desenvolva seu lado mais instintivo controlando

e cerceando qualquer desejo em “querer conhecer o mundo”. Isto pode ser observado quando vemos pessoas caminhando com cães em carrinhos que mais parecem terem sido fabricados para bebês do que para animais, ou então bolsas e sacolas de nylon acolchoado na qual o animal passeia sem sair do colo de seu proprietário.

Outra cliente da loja, ao decidir sobre quanto gastaria no Natal para presentear seus pais, marido e filhos, incluiu na cota que destinaria aos presentes de cada um, uma quantia para sua cadela chamada “Sofia”. Disse que, para “Sofia”, compraria uma coleira nova e algum brinquedinho para ela se divertir no Natal. Pela divisão dos presentes de natal desta família pode-se observar que a cadela era vista efetivamente como um membro da família.

Também são muitos os artigos feitos para cães que compartilham do nosso calendário festivo. No Natal, a *Premier* lançou uma ração de edição limitada que além dos grãos, que dessa vez foram produzidos com carne de peru, tinha também frutas cristalizadas. Muitos proprietários compraram o produto dizendo que serviriam na ceia de natal para que o cãozinho também tivesse uma refeição especial. Além das rações, também tinham panetones feitos especialmente para cachorros.

### *Exposições de Beleza de Cães – um consumo diferenciado*

Nossa sociedade está fundada na idéia de indivíduo enquanto um valor moral. O cão, neste universo por mim pesquisado, também é percebido como indivíduo, embora muitas vezes se situe em um lugar ambíguo nas classificações nativas por ser ora percebido como agente (indivíduo), ora como paciente (objeto). Existe o consumo de cães – no sentido de que são comprados para determinado fim – e o consumo para os cães. Neste caso, os animais encontram-se em uma esfera mais pessoalizada das relações sociais, emitindo vontade própria.. Ao observar mais atentamente o universo das pessoas que

participam com seus cães das Exposições caninas é possível vislumbrar um campo de possibilidades para as suas preferências pessoais através, por exemplo, da raça escolhida para participar e todas as representações que existem sobre ela. Não é impossível ver um cão da raça Pitbull sendo conduzido por uma senhora, mas certamente é mais comum o encontrar nas mãos de homens jovens, musculosos, tatuados que parecem exprimir características de sua personalidade ao exibir um animal. Assim, é comum pensar em cães de pequeno porte, frágeis, delicados e de pelagem farta associados à imagem de mulheres ou de homossexuais, refletindo um estereótipo de gênero e sexualidade da nossa sociedade.

São essas associações de pessoas a determinadas raças caninas, por exemplo, que ajudam a criar identidades sociais, determinando situações pessoais e relacionais importantes. Assim, ter um cão da raça Yorkshire ou Pitbull, permite fazer uma idéia da personalidade daquele que o possui. Por esse motivo, os cães de "raça pura", "com *pedigree*", são repletos de "mana", na medida em que qualificam seus proprietários. As Exposições têm a função de exacerbar esse "mana" dos cães que seriam "os mais autênticos" dentre os demais, e por conseguinte, seus proprietários ou criadores. As raças e o *pedigree*, neste sentido, não apenas caracterizam um cão, mas simbolizam as características de seus proprietários, através de sua beleza, qualidade, afeto, indicando traços de sua *personalidade social*.

A fim de compreender melhor o significado do *pedigree* na concepção das representações do grupo pesquisado considero importante definir o que é percebido pelo grupo como sendo um cão de raça pura e qual a função do *pedigree* neste processo de estruturação do grupo. Um cão de raça pura é considerado o produto do acasalamento entre dois cães de mesma raça reconhecida pela FCI (Fédération Cynologique Internationale). O órgão representante da FCI no Brasil é a CBKC (Confederação Brasil Kennel Club). Para entender o que é um cão de raça pura deve-se ter conhecimento de duas oposições a este

termo dentro de um sistema de classificação apreendido e compartilhado pelos cinófilos. Uma primeira oposição é a existência de cães mestiços. Um cão mestiço é o produto do acasalamento entre dois cães de raças diferentes. Daí por diante, qualquer acasalamento de um cão de raça pura com um mestiço gera, automaticamente, um mestiço. Porém, convém lembrar aqui que todas as raças conhecidas atualmente foram frutos de acasalamentos entre cães de diferentes raças puras a fim de se obter um determinado padrão que teria uma função específica (seja ela guarda, pastoreio, caça, ou simplesmente companhia). Excluindo a experiência de se tentar criar/ inventar uma nova raça, a partir de cruzamentos entre mestiços obtêm-se uma nova classificação para os cães nascidos dessa união: os viralatas (hoje o termo mais adequado para esses cães sem uma especificação definida para caracterizá-los tem por título a sigla SRD, que significa se tratar de um cão Sem Raça Definida).

E o que seria então o *pedigree*? O *pedigree* nada mais é do que um Certificado de Registro de Origem. Tem a função similar a de um Certificado de Garantia na compra de um Eletrodoméstico. Ou ainda, é um termo que poderia se assemelhar à nossa Certidão de Nascimento, porém um pouco mais abrangente, uma vez que através dessa pequena árvore genealógica do cão é possível tomar conhecimento de quem são seus pais, avós e bisavós, ou seja, três gerações ascendentes daquele animal. Esse documento garante a procedência do exemplar que está sendo adquirido. Se lido convenientemente, revela ao comprador se o vendedor é um criador eventual, se ele "apenas" possui uma fêmea que cruzou com o "macho da esquina" ou se ele escolhe suas matrizes (ou seja, suas fêmeas) e procura um bom padreador<sup>24</sup> para consumir o acasalamento, a fim de obter uma ninhada com

---

<sup>24</sup> "Padreador" é a categoria que se refere a um excelente exemplar do sexo masculino, geralmente com títulos, que lhe conferem um certo "poder" dentre os demais, sendo extremamente relevante no momento de escolher o pai de uma futura gestação.



possibilidades futuras de competir em uma Exposição. É aí que entram as Exposições de Beleza e Estrutura Canina.

Uma Exposição Canina é instituída para qualificar, classificar e selecionar exemplares que tenham potencial para aprimorar a criação de cães. É claro que os proprietários dos cães vencedores festejam efusivamente as vitórias, mas somente um vence. A qualificação deveria ser sempre mais importante do que a classificação<sup>25</sup>. A classificação é estabelecida por comparação entre os cães presentes. A qualificação independe do número de exemplares inscritos. O árbitro qualifica cada exemplar de acordo com suas virtudes e suas faltas.

O critério de avaliação deveria, idealmente, obedecer aos objetivos da criação. Portanto, o árbitro teria que estar em contato constante com os criadores para tomar ciência dos problemas que cada raça apresenta. Quando um árbitro observa a incidência frequente de determinado defeito, creditado como hereditário, atribui um valor maior aos exemplares isentos dele.

Só é possível compreender a dimensão que um criador de cães pode ter para o grupo ao se analisar uma outra categoria muito próxima mas ao mesmo tempo dicotômica que é a de "cachorreiros". Os cachorreiros, pelo que pude observar no trabalho de campo, são aqueles que têm alguns cães em casa e, eventualmente, induzem cruzamentos para adquirir uma renda extra para a família. Ou ainda, aqueles que vivem da venda de filhotes mestiços ou fora dos padrões estabelecidos (muitas vezes por desconhecimento, outras vezes por não ter compromisso com a manutenção das características de uma raça) iludindo os compradores, que acabam levando "gato por lebre". O principal meio de distinção entre os criadores e os cachorreiros é o *pedigree*. O interessante é que muitas

---

<sup>25</sup> Porém, veremos, mais adiante, que não é bem assim que as coisas acontecem e que a disputa para obter as primeiras colocações são sempre cheias de significados e simbolismos para os que participam efetivamente das Exposições.

vezes o cachorro não sabe nem mesmo o que é um *pedigree*, pois o discurso mais comum que se vê ao ir a uma Feira de Filhotes (localizadas comumente em estacionamentos de *shoppings* ou supermercados, bastante diferentes das Exposições de Beleza que são competições que visam a melhoria das raças caninas) é, por exemplo, que um filhote sem *pedigree* custa X e o mesmo filhote com *pedigree* custa 2X, ou seja, o dobro, fato esse que acaba induzindo a grande maioria das pessoas a adquirirem cães sem *pedigree* achando que estão “fazendo um grande negócio”. Através dessa informação do preço percebemos uma diferença. Na realidade, o custo para registrar cada filhote em um clube cinófilo como, por exemplo, o BKC, é em média trinta reais e, portanto, não é possível onerar tanto o valor do filhote. Por esses motivos, vêm-se cada vez mais pessoas que se dizem infelizes com seus cães, por se sentirem enganadas na hora da compra do animal, achando que estão levando um cão de determinada raça e na realidade estão comprando um mestiço. Além disso, segundo os criadores, os “cachorreiros” não se preocupariam muito com a saúde do animal, vendendo cães sem vacina e sem as medicações profiláticas de algumas doenças. De acordo com os criadores, o *pedigree* é um importante aliado na hora de saber, por exemplo, as doenças mais comuns que acometem uma raça.

Não se pode culpar somente os “cachorreiros” pela desinformação acerca das características das raças. Nas Exposições normalmente não se pode tocar nos cães, nem sequer chegar perto demais deles. Se o fazemos, mesmo que seja para dar um agrado ao animal, somos prontamente afastados dos lugares onde se encontram os cães. Os cães estão lá em seus “pedestais” como se fossem sagrados e, na realidade, naquele momento extraordinário eles atingem esse *status*. É verdade que são lugares que têm funções diferentes. A Exposição é uma vitrine, mas uma vitrine cujas peças vivas estão competindo em prol da Beleza. Uma Feira, como o próprio nome já diz, é o lugar onde existe troca de

mercadorias, não importando se essa mercadoria é um ser vivo ou não. Porém, destaco que são pólos antagônicos de um mesmo fim: a venda de cães. Ambos, “criadores” e “cachorreiros”, obtêm lucro através da venda de filhotes, porém os primeiros se distinguem dos segundos por venderem seus cães por um preço bem elevado, reservando-os a uma pequena elite que pode comprá-los. Já os “cachorreiros” venderiam seus cães a preços mais populares a um público mais amplo. Por este motivo, esses dois pólos estão em permanente tensão quando o assunto é “venda de filhotes”, por serem concorrentes nesse ramo.

Segundo Baudrillard (2000), todo objeto tem duas funções: uma que é a de ser utilizado, a outra a de ser possuído. O objeto puro, abstraído de sua função, de seu uso, torna-se objeto de coleção. Os criadores têm uma coleção de cães na medida em que os acumulam para serem apreciados. O fato de tê-los, possuí-los, é o que importa. A cinofilia brasileira é sempre bastante questionada por não desenvolver provas de trabalho a fim de verificar a aptidão dos cães para a função para a qual foram criados. A partir disso, pode-se concluir que o cão, para os criadores, é mais um objeto contemplativo e de ostentação do que um animal que possa lhe fazer companhia, guarda ou qualquer outra função.

Para Baudrillard (2000), os objetos equivalem-se na posse, que seria uma "abstração apaixonada". Por se tratar de uma paixão, então, ter apenas um cão não basta para satisfazer um criador. Trata-se de uma sucessão de objetos, nesse caso, os cães, em um grau extremo, de uma série total que constitui seu projeto realizado.

Os objetos de consumo desempenham um papel regulador na vida cotidiana, e é isto que lhes dá uma "alma", um "mana", é isto que os torna "nossos". Baudrillard diz ainda que "coleção" é diferente de "acumulação" termos com os quais faço uma equivalência de sentido na figura do "criador" e do "cachorreiro", respectivamente. Pois, coleção "emerge para a cultura: visa objetivos diferenciados que têm freqüentemente valor de troca, que são também *objetos* de conservação, de comércio, de ritual social, de

exibição" (Baudrillard, 2000, p.111), Já a acumulação não leva em conta o valor intrínseco e simbólico de cada objeto. Frente a uma enorme variedade das opções de compra que nos oferece a sociedade de consumo moderna, a possibilidade de escolha é que determina o estilo das pessoas. O fato de escolher entre uma gama de opções, entre um objeto e outro, é em si mesmo social e é a partir disso que vemos como ocorrem as disputas e trocas sociais que visam a distinção das pessoas em classes, gostos ou posições sociais.

### CAPÍTULO 3

#### CÃES: ELEMENTOS DE DISTINÇÃO ENTRE HOMENS

Acredito que a principal característica que os cães exercem em nossa sociedade é a de mediadores sociais, permeando as relações entre as pessoas, seja por afinidade, por interesse ou simplesmente por um ponto de contato na rua ou no corredor de um edifício residencial. Enquanto mediadores sociais, a distinção (Bourdieu, 2000) é a relação mais forte que eles podem proporcionar aos indivíduos, seja no ambiente cotidiano – quando uma pessoa, por exemplo, opta em ter como animal de estimação um cão da raça Pitbull, considerado extremamente agressivo e perigoso está, mesmo que de forma inconsciente, se distinguindo de quem prefere ter como companhia um cão considerado mais amistoso como um Yorkshire. Porém, essa escolha distintiva por ter cães de determinada raça em detrimento de outras, com ou sem *pedigree*, campeões ou não, se mostra de forma mais clara e nítida nas Exposições de Beleza de Cães. Foi por esse motivo, que decidi investigar, através de observações de campo, esse ambiente em que homens e cães se entrelaçam em uma teia de significados e simbolismos.

O capital cultural (Bourdieu, 2000) – aquele que é herdado pelas relações familiares é o mais atuante na formação do gosto dos indivíduos ou grupo de indivíduos, porém é possível perceber que o capital escolar atua também, neste meio. Como os cães de raça campeões são vistos pelos criadores como obras de arte raras, que requerem um estudo genético para atingir um tipo ideal, podemos pensar por analogia com o gosto pelas obras de arte, citado por Bourdieu (2000). Saber distinguir as raças dos cães também é um conhecimento distintivo do grupo pesquisado. Assemelha-se a saber distinguir diferentes pintores ou diferentes estilos artísticos, por exemplo. Assim como as obras de arte se dividem em gêneros, épocas, modos e autores, os cães também se diferenciam por linha de

sangue, tipicidade, função, criação (origem), que faz com que seja necessário compartilhar de um conhecimento específico da área para distinguir esses elementos. Sem isso, todo e qualquer cão poderia ser classificado como um Poodle, um Labrador ou um Pitbull, que são as raças mais conhecidas.

Visitar uma Exposição de Beleza de cães pode ser considerado algo chato e enfadonho tanto quanto a visita a um museu com suas coleções quando não se detêm os mecanismos necessários que permita compreender as peças que estão sendo expostas. Se não estamos "por dentro" do circuito das Exposições caninas dificilmente teremos acesso a elas, pois a divulgação é bastante restrita, além de não ser um evento voltado para a o grande público e sim para os especialistas do campo. Segundo Bourdieu, "a relação de distinção (que pode implicar ou não a intenção consciente de distinguir-se do comum) é um componente acessório e auxiliar da disposição estética. A contemplação pura implica uma ruptura com a atitude ordinária a respeito do mundo, que representa em si mesma uma ruptura social" (2000, p.29). É esta relação com a dimensão estética e de apreciação dos cães que pode ser percebida na atitude dos criadores frente a seus animais campeões, ou depois de arrumados para se apresentarem para os juízes. Como todo tipo de "gosto", a relação dos criadores com seus cães também pode proporcionar união ou afastamento entre os indivíduos. Por ser um produto de condições sociais associadas a uma classe particular de condições de existência, une todos os que são produtos de condições semelhantes, porém distingue de todos os demais (Bourdieu, 2000). É através dos gostos e das preferências que as pessoas se classificam e são classificadas na sociedade. Segundo Bourdieu, "gostos" são as preferências manifestadas e são essas preferências, assim como a aversão a elas, uma das barreiras mais fortes entre as classes. A luta pela legitimidade no campo dos criadores de cães é, também, nesse sentido, uma disputa política a fim de impor

aos demais um modo de vida e o olhar/ gosto pelos animais distinguindo-os daqueles que não tenham esse *habitus* (Bourdieu, 2001).

Ao conversar com muitos criadores percebi que existe uma profunda intolerância com os que não são do campo, quando esses, por exemplo, não sabem (ou não conseguem) diferenciar as raças caninas.

Bourdieu define campo de poder como sendo aquele referente às "relações de forças entre as posições sociais que garantem aos seus ocupantes um *quantum* suficiente de força social – ou de capital – de modo a que estes tenham a possibilidade de entrar nas lutas pelo monopólio do poder, entre as quais possuem uma dimensão capital que as têm por finalidade a definição da forma legítima do poder" (2001, p.29). É essa legitimidade que os criadores pretendem alcançar fora e, principalmente, dentro do campo nas Exposições de Beleza.

"A *aura* de um objeto está associada a sua originalidade, a seu caráter único" (Gonçalves, 2001, p. 17). É esta *aura* que os criadores almejam com seus cães ao disputar vários títulos que visam atestar a "pureza", a "originalidade", a "superioridade" de seus cães dentre os demais. Pensando, por analogia, na idéia dos preservacionistas de uma cultura, através de tombamentos e colecionamentos de peças históricas importantes, os criadores parecem perceber as Exposições como sendo o momento de preservação daquilo que, para eles, é o bem mais significativo: as raças que criam. É através da seleção elaborada pelos árbitros que se perpetuam determinadas características de uma raça, que podem sofrer pequenas mudanças e variações de acordo com a transformação dos estilos de vida ao longo do tempo.

Para entender como foram surgindo meus questionamentos a respeito dessa lógica que utiliza os cães como elementos de distinção, acredito ser interessante relatar minha experiência etnográfica no campo das Exposições. Meu problema inicial foi: O que é

preciso para se ter um cão de raça pura, com as qualidades necessárias, de acordo com o padrão predisposto para a sua raça? A princípio essa pergunta parece ser de pouca relevância em um trabalho antropológico, mas, na realidade, foi a partir dela que um novo mundo surgiu para mim: o universo das Exposições de Estrutura e Beleza de Cães.

Por que pensar nas Exposições seria importante para um estudo antropológico? Porque é nelas e através delas que se consolidou um campo legitimado pela sociedade como o lugar dos especialistas em conhecimentos sobre cães. Especialistas esses que fazem com que tudo em suas vidas tenha uma ligação direta ou indireta com seus animais de estimação. Os cães, nesse caso, são os bens mais valiosos que eles possuem. E o que é mais interessante: É através de seus cães que estas pessoas se distinguem e/ ou se identificam dentro e fora do campo, que denominei como campo dos “criadores profissionais”. Decidi, então, investir na pesquisa sobre a relação entre homens e cães por que os cães são, nesse sentido, “bons para pensar” a sociedade, seus sistemas de classificação e as relações sociais que ela implica.

Voltando um pouco mais no tempo, antes de entrar em contato com esse campo das Exposições, quando decidi investir na “criação profissional”, no ano de 2003 – surgindo aí, portanto, meu conhecimento e interesse pelo tema de pesquisa – tive que saber onde encontrar esse cão de raça pura, mencionado acima, que estava procurando. Em um primeiro momento consultei a Internet e a partir dela cheguei a duas publicações especializadas nesse tema: a revista “Cães & Cia”, que tem ampla circulação nos principais centros urbanos do país, podendo ser comprada em bancas de jornal e revistas; e a revista “Cães de Fato”, de circulação mais restrita que é vendida somente através de assinaturas anuais ou adquirida em Exposições. De início me restringi à primeira opção não só pela facilidade de encontrar a revista “Cães & Cia”, mas também por que não havia tido nenhum contato com as Exposições, não compreendendo a dimensão que a outra revista



teria para o universo cinófilo, sendo esta muito mais especializada e voltada somente para um público de criadores profissionais. Em contrapartida, a revista “Cães & Cia” é uma revista sobre animais de estimação e não somente sobre cães, porém pode-se perceber que a ênfase dada às temáticas caninas é muito maior do que as matérias sobre as outras espécies do reino animal. Toda edição da revista elege raças específicas para divulgar seu padrão<sup>26</sup>, além de revelar um “ranking” com os cinco melhores cães de determinada raça. Divulgar esse “ranking” implica destacar ao mesmo tempo os nomes de seus criadores, o que só faz aumentar o prestígio destes dentro do campo. Cabe ressaltar também que, por outro lado, a revista “Cães de Fato” é vista com “outros olhos” pelos criadores.

As duas publicações são apreciadas no ambiente cinófilo, mas o prestígio de quem faz um anúncio na “Cães de Fato” é muito maior. Em anexo, estão algumas páginas das duas revistas, onde é possível ver a diferença entre os anúncios para que fique mais clara essa distinção. A revista “Cães de Fato” é uma publicação única e exclusivamente com a função de mostrar “quem é quem” na cinofilia, deixando bem marcadas as posições dentro do campo. Um criador me falou certa vez que “se você quer se fazer notar, para os juízes e para os outros criadores, tem que fazer um anúncio na revista Cães de Fato”.

Escolhi a raça a ser criada: um Yorkshire Terrier<sup>27</sup>, cão de porte pequeno (pesando em torno de 2,5kg), caracterizado por possuir uma pelagem sedosa e longa nas cores dourada, na cabeça e nas patas, e azul-aço (um tom bastante aproximado ao cinza) no corpo, de ampla aceitação do público consumidor. Fiz uma pesquisa, através da “Cães & Cia”, dos melhores criadores de York (como é mais comumente chamada a raça) da cidade do Rio de Janeiro. Meu primeiro contato com uma criadora da raça me levou a uma maior

---

<sup>26</sup> O padrão de cada raça constitui em uma tipicidade determinada por um grupo de especialistas a quem coube mencionar as características morfológicas referentes aos seus exemplares tais como: tamanho do corpo, inserção de orelhas, formato dos olhos, formato e tamanho dos rabos, cores, movimentação, além do temperamento e função para a qual cada raça foi desenvolvida. A função de uma Exposição é avaliar esses critérios em cada cão que está se apresentando.

<sup>27</sup> Em anexo, ver as fotografias das raças caninas citadas no texto.

proximidade com as Exposições, uma vez que foi ela quem primeiro demonstrou a “importância” de existir uma Exposição “a fim de melhorar a qualidade da raça”. Além de criadora ela dizia ser também árbitra do grupo dos terriers<sup>28</sup> – como é o caso dos Yorkshires – incentivando-me a ir em uma Exposição e quem sabe até fazer com que a cadela que estava adquirindo em seu canil participasse da competição. Posso adiantar que a cadela que ela me vendeu não ficou como eu esperava quando adulta, o que não possibilitou minha ida às Exposições com ela. Ao mesmo tempo, conheci um outro criador, porém de menos prestígio na época, com o qual também comprei uma cadela<sup>29</sup>.

Meu primeiro contato com o que vou chamar de “Universo das Exposições” através dos Yorkies, não deu muito certo, pois além de ser uma raça que teve muitas misturas até que se chegasse ao padrão que existe hoje – e, portanto, há uma grande dificuldade, no Brasil, de se conseguir o que os criadores chamam de “bons exemplares da raça” –, é também de difícil manutenção devido a sua enorme pelagem, o que demanda muito cuidado e conhecimento na lida diária com o cão. Conhecimentos estes que eu ainda não havia adquirido.

Minha segunda opção de criação foi, então, a raça Retriever do Labrador, de porte grande, podendo ser encontrado nas cores preta, amarela ou chocolate (marrom). Esta raça é bastante conhecida por ter diversos exemplares treinados para desempenhar a função de guias de cego. Isso só é possível devido ao temperamento extremamente dócil desses cães, além de equilíbrio e presteza quando estão em alerta para o seu trabalho. Eles são considerados “os olhos do seu dono”, como afirmou uma mulher que tem deficiência visual, militante ativa pela melhoria da qualidade de vida dos portadores de necessidades

---

<sup>28</sup> Embora eu nunca a tenha vista arbitrando.

<sup>29</sup> A predileção por fêmeas, nesse caso, é puramente econômica, uma vez que é através delas que se obtém filhotes para venda. Uma fêmea de York gera em média quatro filhotes por ninhada e uma fêmea de labrador ter, numa única gestação, até dez filhotes.

especiais. Ela já está com seu segundo labrador – uma vez que seu primeiro cão-guia já morreu – que tem por função auxiliá-la nas tarefas do dia-a-dia.

Da mesma forma como fiz a pesquisa para comprar um cão da raça Yorkshire, fiz outra para adquirir um Labrador. Foi então que conheci Amadeu, considerado um dos melhores criadores de Labrador do Brasil. Neste momento, janeiro de 2004, já me identifiquei como criadora, o que muda de forma sensível o modo como vemos e somos vistos dentro do campo. Passar do *status* de consumidor para criador gera uma certa tensão nas relações de proximidade pois, de certa forma, os demais criadores que estão dentro deste campo podem ter a sensação tanto de estar obtendo um aliado, quanto um competidor. A dúvida fica sempre em questão. Tudo depende de como ocorrem as negociações para a consolidação dessa relação. Sabendo, então, que meu intuito em obter uma cadela de seu canil era para a "criação", Amadeu ofereceu uma cadela para a pista<sup>30</sup>, uma fêmea amarela. E ainda disse que só venderia essa cadela se me compromettesse a participar das Exposições. Para um criador, é importante ter um grande número de cães em pista, independente de quem seja seu proprietário. Esse é um dos mecanismos que se utiliza para que os criadores consigam acumular pontos e com isso se destacar no “ranking” tendo menos gastos, pois o novo proprietário do animal passa a ser o responsável por ele e conseqüentemente por todos os seus gastos, seja em Exposições ou na lida diária com os animais.

Fazer com que os cães participem de Exposições demanda um treinamento específico para os mesmos, tendo em vista que estarão em lugares que não o seu habitual, ou seja, sua casa (ou canil) e, além disso, deverão ser tocados e manipulados por pessoas

---

<sup>30</sup> Selecionar um filhote para a pista significa que este filhote, ao tornar-se adulto, terá grande chance de adquirir títulos de campeão, grande campeão, campeão pan-americano ou campeão internacional, por apresentar desde pequeno características que o destacam dos demais cãesinhos de sua ninhada. Porém nem sempre um filhote vendido como sendo “para a pista” alcança esse fim de fato – o que ocorreu com minha primeira York –, o que gera desavenças e um certo mal-estar entre o criador e aquele que comprou o cão com a finalidade de ser um vencedor nas Exposições.

que são desconhecidas para eles. Deverão, ainda, ser treinados para ficarem em posições específicas, como o “*stay*”<sup>31</sup>, por exemplo, e fazer uma evolução em círculo para que o juiz possa avaliar seu desempenho e sua movimentação. Para que eu pudesse compreender como acontece tudo isso, Amadeu me convidou para assistir uma Exposição que aconteceria em abril de 2004, no Rio Centro<sup>32</sup>, levando a cadela comprada em seu canil, a fim de fazer com que esse “passeio” para a cadela (que ainda era um filhote de três meses) já fosse uma espécie de treinamento, visando com que ela se acostumassem com o ambiente um pouco turbulento das exposições. Para minha sorte, tomei conhecimento que a primeira Exposição que veria era de âmbito mundial.

Todos os anos, ocorre uma Exposição em que cães do mundo inteiro são convidados a participar e o cão vencedor recebe o título de Campeão Mundial de Beleza. Na realidade, foi um momento importante não só para mim que estava começando a penetrar nesse Universo, mas também para a Cinofilia Brasileira, uma vez que um evento dessa magnitude estava ocorrendo em nosso país.

Existem três tipos de Exposição de Estrutura e Beleza:

1. Exposição Geral de Todas as Raças: é um evento de âmbito geral do qual participam todas as raças que, depois, são comparadas entre si para avaliar o nível geral da criação de cães. Divide-se em:

a) Exposição Nacional, julgada por um árbitro de grupo ou de todas as raças onde os cães participam de um Campeonato Nacional.

---

<sup>31</sup> A posição conhecida como “*stay*” consiste em colocar o animal de perfil para o juiz, sendo que o cão deve ser sempre conduzido pela mão esquerda de seu *handler*. O cão deve se portar de pé nas quatro patas, não devendo nunca se sentar no momento da avaliação, e muito menos pular sobre o condutor ou sobre o juiz. Deve deixar que o árbitro veja sua boca a fim de avaliar se sua dentição é perfeita, assim como sua mordedura. Tudo isso deve ser realizado na mais perfeita harmonia, preferencialmente com o cão demonstrando alegria por estar ali (neste caso através do abanar da cauda), não devendo latir nem para as pessoas, nem para os outros cães.

<sup>32</sup> Centro de convenções localizado na zona oeste da cidade do Rio de Janeiro.

b) Exposição Pan-americana, julgada por um árbitro onde os cães vão disputar o título de Campeão Pan-americano.

c) Exposição Internacional, julgada por um árbitro preferencialmente estrangeiro do país onde está ocorrendo a competição e os cães podem obter o título de Campeões Internacionais.

2. Exposição Especializada de uma Raça é uma mostra na qual só participam exemplares da mesma raça e tem o objetivo de esmiuçar as qualidades e faltas particulares da raça analisada. Julgada por um árbitro, normalmente, criador da raça.

3. Match de raça é um evento de âmbito regional, julgado por um criador da raça que promove esse evento com o objetivo de formar futuros Árbitros de Exposições.

Na primeira etapa da Exposição, as raças são separadas por grupos e cada raça de cada grupo é examinada separadamente, obedecendo ao seguinte desenrolar:

a) Julgamento das classes: as classes são separadas por sexo, idade e título. Primeiro são julgadas as fêmeas e depois os machos. Tanto as fêmeas quanto os machos são divididos em classes. Conforme o disposto abaixo:

1) Na classe “iniciantes” são avaliados e classificados os cães com idade entre quatro e seis meses.

2) Na classe “filhotes” é a vez dos cães que têm entre seis meses e um dia e nove meses.

3) Na classe “jovens” são avaliados e classificados os cães com idade entre nove meses e um dia e os quinze meses.

4) Na classe “aberta” são julgados os cães na faixa etária de mais de quinze meses que ainda não tenham títulos, para disputar o título de Campeão.

5) Depois vem a classe “campeonato” onde são julgados os exemplares que já tenham obtido o título de Campeão, para disputar o Grande Campeonato.

6) Da classe “grande campeonato” só participam os cães que já obtêm o título de Grande Campeão.

b) Julgamento do Melhor da Raça: uma vez selecionados os melhores das classes, a etapa seguinte é o julgamento do Melhor Macho entre os vencedores e da Melhor Fêmea entre as vencedoras. O julgamento da raça termina com o julgamento do Melhor da Raça e o Reserva da Raça entre o macho vencedor e a fêmea vencedora.

c) Julgamento dos Grupos: Os grupos são separados em 10, segundo o critério da Federação Internacional de Cinofilia, que tentou ordená-los e classificá-los de acordo com sua origem ou função e estão dispostos abaixo:

Grupo 1 – Cães Pastores e Boiadeiros.

Grupo 2 – Pinscher, Schnauzer, Molossos e Boiadeiros Suíços.

Grupo 3 – Terriers.

Grupo 4 – Dachshunds.

Grupo 5 – Cães Sptiz e Tipo Primitivo.

Grupo 6 – Sabujos.

Grupo 7 – Cães de Aponte.

Grupo 8 – Cães Recolhedores, Levantadores e D’Água.

Grupo 9 – Cães de Companhia.

Grupo 10 – Lebréis ou Galgos.

Os vencedores de raça disputarão, então, os melhores de cada grupo. Para isso, entram novamente em pista os vencedores das raças pertencentes ao primeiro grupo. Entre esses cães, são eleitos os quatro melhores do grupo 1. Em seguida entram os vencedores do grupo 2 e, com o mesmo procedimento, são selecionados os quatro melhores do grupo 2 e assim por diante até o grupo 10.

d) Julgamento do Final da Exposição: Os vencedores de grupo disputarão o título de Melhor da Exposição. Para tal intento, entram novamente em pista os vencedores dos grupos. Desses cães, são selecionados os quatro Melhores da Exposição começando pelo Melhor da Exposição (comumente chamado de *Best in Show*, representado pela sigla BIS). Após entrar o reserva do vencedor, o Árbitro o examina e, em seguida, seleciona o segundo Melhor da Exposição. Com o mesmo procedimento é selecionado o terceiro colocado e assim por diante.

Acredito que esse relato de como funcionam estruturalmente esses momentos, que incluem a avaliação dos juízes, a separação dos cães por faixa etária, os diferentes tipos de premiação e titulação, permite que eu possa descrever os fatos que ocorrem nas Exposições de forma a ser melhor compreendido. Além disso, deve-se considerar que cada dia de Exposição é bastante demorado, durando em média de dez a doze horas por evento, sem levar em conta os preparativos antes do início da Exposição e após seu término, como montar e desarmar os acampamentos, por exemplo.

É importante ressaltar aqui, mais uma vez, que o meu intuito ao pesquisar as Exposições de Cães é uma tentativa de tentar compreender o universo pelo qual seus membros se representam e movimentam suas vidas tendo por símbolo um animal de estimação, que é o cão. As Exposições podem ser vistas como um espaço da nossa

sociedade onde se pode apreender as principais disputas que estão em jogo para se legitimar dentro do campo dos Criadores de Cães.

### Exposição Mundial de 2004 – Rio de Janeiro

Nos dias 15, 16, 17 e 18 de abril de 2004 ocorreram a “Exposição Internacional” da CBKC e a “Exposição Mundial de Beleza de Cães”. Para se ter uma idéia da grandiosidade dos eventos, eles ocuparam três pavilhões do Rio Centro. No primeiro pavilhão havia o podium oficial para as fotografias dos vencedores de cada modalidade, alguns estandes para venda de alimentos e bebidas, com uma pequena praça de alimentação. A arena principal também estava situada neste pavilhão, ocupando a maior parte do seu espaço, com arquibancadas ao redor. O tamanho desta pista equivalia aproximadamente a três pistas menores, onde comumente os cães são avaliados.

Na parte da manhã, esta arena tinha como finalidade abrigar a competição de Agility<sup>33</sup>, na qual os cães precisam percorrer uma pista munida de uma série de obstáculos,

---

<sup>33</sup> São, no mínimo, doze obstáculos e sete saltos. O cachorro transpõe todos eles só com o estímulo do condutor, que não pode tocar o animal durante o percurso, nem mesmo oferecer qualquer tipo de petisco a ele. Inspirado nas competições de hipismo, o circuito de Agility tem os seguintes componentes: slalom, uma trilha de estacas, pelas quais o cão passa em ziguezague; túnel aberto, que é feito com material flexível; túnel fechado, cujo diâmetro vai diminuindo ao final; pneu, que deve ser atravessado; salto em distância; gangorra; passarela; rampa e os obstáculos. Treinados desde os 18 meses, os cães podem concorrer em campeonatos em equipe ou individualmente, e estão divididos em três categorias: mini (cães com até 39,9 cm de altura), midi (exemplares de 35 cm a 42,9 cm) e standard (animais com mais de 43 cm).

A primeira prova de Agility ocorreu em 1978, na Inglaterra, como uma forma de passar o tempo e quebrar a monotonia de quem está assistindo às Exposições. Ela foi criada pelos adestradores John Varley e Peter Meanwell, dois cinófilos, que resolveram treinar alguns cães em uma pista de obstáculos. A idéia da dupla era entreter o público nos intervalos dos julgamentos do campeonato Best in Show, da Crufts Dogs Show, uma das maiores exposições cinófilas do mundo. No ano seguinte, o que era uma simples apresentação virou uma competição, que hoje tem adeptos em todos os cantos do mundo. Há fortes concorrentes na Inglaterra, França, Estados Unidos, Espanha, Holanda, Finlândia e, é claro, no Brasil.

O Agility chegou ao país nos anos 90. As primeiras competições, organizadas pela Federação de Cinofilia do Estado de São Paulo, FECESP, em parceria com a Confederação Brasileira de Cinofilia, CBKC, foram realizadas em novembro de 1998, no parque da Água Branca, em São Paulo. Hoje o número de praticantes brasileiros ainda são poucos, mas mesmo assim são reconhecidos no exterior devido às suas



cuja ordem só é conhecida pelo condutor no momento da competição. O vencedor dessa modalidade é a dupla condutor-cão que consegue executar todo o percurso em menos tempo e com o menor número de faltas possíveis. É uma competição na qual a interação entre os praticantes e o público se dá através de torcidas, o que fazia com que esse ambiente estivesse sempre ocupado pelas pessoas que estavam ali para visitar o local e participar do evento. Além disso, a competição normalmente é narrada por alguém da organização do evento, cuja função é deixar as pessoas cientes de todos os movimentos do circuito, como, por exemplo, o que é um acerto realizado pelo condutor e seu cão e o que é uma falta. Isso parece ser apenas um detalhe, mas é um detalhe que faz toda a diferença. De um modo geral, o público que não participa das Exposições com frequência – que, aliás, era a grande maioria dos presentes naqueles eventos – não tem qualquer noção de que mecanismos estão sendo utilizados para que aquela competição aconteça. Neste momento, encontrava-me no início das minhas observações de campo. Era apenas mais uma nessa multidão que não compreendia absolutamente nada do que estava ocorrendo. Talvez esse seja o principal motivo para que a arena onde estava acontecendo a competição de Agility estivesse sempre com um público bastante significativo enquanto que o pavilhão onde as Exposições propriamente ditas estavam ocorrendo tivesse um público extremamente reduzido.

Um pequeno adendo ao que se refere aos bastidores deve ser colocado antes de continuar falando especificamente desta Exposição. A repercussão da Exposição Mundial ocorrida no Brasil foi bastante negativa tanto dentro quanto fora do país. Um dos principais problemas apontados pelos criadores e expositores foi a falta de divulgação. Apenas algumas poucas notas foram divulgadas na mídia impressa, por exemplo, pela revista Veja-

---

técnicas. Aliás, a seleção nacional de Agility é digna de mérito. Em 2002, foi vencedora do campeonato mundial realizado na Finlândia.

Rio e pelo Jornal O Globo, um mês antes da data prevista para a Exposição. A informação se deu através do “boca-a-boca”. Esse fato certamente deixou muitos “amantes de cães”, que poderiam ter comparecido, fora do evento. Hoje, após os meses de pesquisa, fico me perguntando se isso foi uma falha da organização ou se foi uma atitude desejada pela comunidade cinófila, uma vez que já pude notar nas Exposições mais comuns que os visitantes de fora desse universo não são muito bem vindos. As próprias marcas que divulgavam produtos nos estandes dos pavilhões não fizeram divulgação nas *Pet Shops* e Casas de Ração da cidade, fato também curioso, pois o aluguel do metro quadrado era bastante elevado para divulgar produtos e serviços. Pelo que pude perceber, a divulgação não era destinada ao público leigo, público este que poderia ser um consumidor potencial, já que os estandes, em sua maioria, representavam marcas de ração e utensílios para animais de estimação. Além desse fato, houve também a questão da localização do Rio Centro, que fica em uma área bem afastada do centro da cidade e dos principais hotéis nos quais os participantes de fora do Rio de Janeiro e do Brasil se hospedaram, dificultando a movimentação das pessoas e seus cães. Outro problema foi o clima, pois muitos cães vinham de áreas mais frias e sofreram bastante com o calor do lugar que nessa época do ano está em pleno verão. Alguns cães morreram por causa do calor o que tornou esse incidente bastante lamentável para os participantes.

No segundo pavilhão tinha quatro pistas montadas e quatro raças diferentes sendo julgadas ao mesmo tempo, o que tornava tudo muito confuso, com um vai-e-vai incessante por parte dos apresentadores dos cães com seus ajudantes. Cães de todos os tipos e tamanhos passavam correndo e muitas vezes no colo de seus apresentadores a fim de não se atrasarem para entrar na pista. Considerei este um ambiente um pouco hostil, pois os apresentadores estavam sempre com caras carrancudas, não dando atenção aos visitantes, parecendo estar muito nervosos. Por esses motivos, quase não fiquei ali e acredito que o

público leigo também, pois o primeiro pavilhão estava sempre mais cheio. Ao contrário do que acontece nas Feiras de Filhotes, onde todos são sempre receptivos, procurando colocar os animais em seus braços e sendo extremamente solícito em atender aos participantes, nas Exposições o clima é completamente diferente. Além disso, pude perceber que essas pessoas que expõem filhotes nas Feiras são menosprezadas pelos criadores e chamadas por eles de “cachorreiros”. Esta é uma oposição bem forte e um meio de distinção bastante utilizado entre estes que eu chamei de “criadores profissionais” e os “cachorreiros”. Chamar o outro de “cachorreiro” além de ser um modo de se diferenciar é também uma “categoria de acusação”.

O último pavilhão do Rio Centro era o destinado ao “camarote dos cães”. Lá estavam centenas de cães em cercados, caixas de transporte ou deitados em cima das mesas, todos sendo arrumados para a tão esperada hora de entrar em pista. Era um ambiente até certo ponto mágico. É difícil conceber um pavilhão enorme como aquele, cheio de animais separados por uma simples grade de metal convivendo na mais perfeita harmonia. As pessoas que têm animais de estimação podem compreender com um pouco mais de facilidade esta dificuldade a qual estou me referindo em fazer com que animais desconhecidos compartilhem do mesmo espaço. Enormes ventiladores funcionavam em direção aos cães de grande porte principalmente. De fato, o calor era bastante intenso. Em um primeiro olhar a impressão era de que os cães estavam todos dopados, tamanha a tranqüilidade com que podiam ser vistos saindo de caixas apertadas, sendo colocados em cima de mesas para serem escovados e penteados a fim de estarem exuberantes na hora da apresentação. Parecia um enorme salão de beleza. Muitos secadores, chapas de porcelana para modelagem dos fios, *babyliss* (aparelho para enrolar cachos), tudo o que se possa imaginar (e o que foge da nossa imaginação) havia naquele grande salão.

O nome deste lugar destinado a arrumar os cães é “acampamento”. Toda Exposição deve ter um espaço reservado próximo às pistas para que os cães possam descansar e se alinhar para a competição. Ali ficam também todas as pessoas que trabalham nesses eventos. Cães e condutores só vão para a pista no momento em que sua raça está competindo ou então no final, quando se abrem as pistas e iniciam-se as competições dos grupos para se escolher o *Best in Show*. Como naquela época eu era uma simples visitante, e, além disso, estava com um cão, minha entrada naquele ambiente foi bastante limitada, uma vez que a atenção dispensada à platéia é mínima e o medo do contato entre os “Cães de Exposição” e os “cães de fora” tornava o acesso não muito bem visto pelos que estavam do lado de dentro das linhas demarcatórias dos acampamentos. Comumente são usadas “fitas de isolamento” preta e amarela para separar os acampamentos entre si e principalmente para manter o público visitante a uma distância que não permita que os cães sejam tocados, apenas vistos. Essas fitas são usadas, mais comumente, como meios de restringir a entrada em locais de perícia policial ou em locais de risco de vida, devido a desabamentos ou incêndios e, portanto, postas pelo corpo de bombeiros, o que demonstra que a evitação dos “de dentro” pelos “de fora” é enorme.

Tentei falar com aquela criadora de York que conheci logo no começo dessa aventura antropológica, mas ela estava muito ocupada penteando e colocando enormes laçarotes na cabeça de um Shih Tzu (raça oriental de pequeno porte e peluda adorada pelos moradores de apartamento da nossa cidade) o que a impossibilitou de falar comigo. Percebendo que minha investida naquele ambiente seria em vão, voltei então para o primeiro pavilhão. Com o avançar da hora, percebi que já estava no momento de iniciar as finais de grupos dando seguimento à escolha do *Best in Show*.

As arquibancadas estavam lotadas. Havia um grande suspense a cada cão que entrava naquela arena. Diferente do que aconteceu no outro pavilhão, onde ocorria somente

a disputa do melhor cão de cada raça, na competição pelo melhor do grupo havia um superintendente da CBKC narrando os acontecimentos. A partir daí comecei a entender um pouco mais como as coisas aconteciam, pois o juiz dificilmente se comunica com os *handlers* através de palavras, somente gestos são utilizados. Gestos esses que, para um leigo, são incompreensíveis. Tudo acontece tão rápido que muitas vezes não é possível perceber nem mesmo quem foi o vencedor da disputa, uma vez que a premiação das classes normalmente é feita somente através de um apontar de dedos. Apenas o vencedor da raça ganha uma roseta com o brasão do respectivo clube que organizou a Exposição e com a descrição de Melhor da Raça. Na disputa dos grupos os prêmios são geralmente belos pratos decorados ou alguma peça de decoração em vidro ou cerâmica com a inscrição da premiação do cão. Diferente do que ocorre nos Estados Unidos, aqui no Brasil a premiação dificilmente é em dinheiro, o que, de certo modo, deixa muitos leigos curiosos para saber porque então essas pessoas participam de uma Exposição se não se ganha nada em termos financeiros.

De fato, o que se ganha participando de Exposições é o prestígio e o “poder” de ter o melhor cão, além da legitimidade e o reconhecimento como um “bom criador” perante a comunidade cinófila. Embora os criadores profissionais tenham uma militância em prol da participação de mais pessoas com seus cães (dos criadores) nas Exposições, a fim de “melhorar a qualidade das raças”, na realidade o que está ali em jogo é a posição que cada um ocupa dentro desse campo de disputas. Briga-se acirradamente pelo lugar de “melhor criador” e por ser aquele legitimado pelos demais para emitir suas vontades e servir de referência dentro do grupo. Os criadores parecem não estar interessados que novatos entrem para esse “hall da fama”, pois todo novato é uma incógnita já que não se sabe, a princípio, de onde vem o cão que lhe servirá de “muleta” para o estrelato. A pergunta que logo se coloca quando se vê em pista um desconhecido é de que canil veio o cão, se este é

importado ou nacional. Esta é uma tentativa de delimitar as fronteiras do grupo, fronteiras essas que se mostram bastantes rígidas e resistentes a novos adeptos.

Para finalizar essa passagem pela Exposição Mundial no Brasil em 2004, tenho que ressaltar que o tão esperado *Best in Show* foi um motivo de imensa discórdia entre os cinófilos. Não que normalmente não seja, mas esse em especial merece destaque. Soube que é de praxe que o vencedor de uma Exposição Mundial seja um exemplar que represente o país que sediou a competição. Nesse caso, tinha-se uma raça originariamente brasileira entre os dez finalistas: o Terrier Brasileiro. Ao indicar o *Best in Show*, o presidente da CBKC escolheu um cão de origem oriental, da raça Pug, cão de criação brasileira mas que não representava o país. A vaia foi geral pois, como já havia dito, no momento das finais de Exposição todos os expositores abandonam o acampamento para ver a decisão final sobre qual será o melhor cão, nesse caso o melhor do mundo. Como não poderia deixar de ser, a grande maioria dos que assistiam eram os próprios cinófilos que tinham feito aquele evento acontecer.

Havia uma enorme torcida pelos cães nordestinos, com bandeiras dos Estados de Pernambuco e Ceará. Mas no momento do BIS o descontentamento foi geral. O motivo pelo qual esse cão ganhou o título de melhor da Exposição teria sido, segundo alguns expositores, o fato de que estava sendo conduzido por um *handler* muito famoso aqui no Brasil e era de criação de uma juíza brasileira, bastante conhecida por todos pela sua bela criação.

Esse primeiro contato com o universo das Exposições me permitiu perceber que acontecem muitas coisas nos bastidores para que o desfecho seja o esperado. Na realidade quase tudo acontece nos bastidores, que dizer, fora das pistas.

## Participando de uma Exposição

Logo após a Exposição Mundial, em junho, ocorreu a Exposição do Kennel Clube Fluminense (KCFLU)<sup>34</sup> da qual participei como *handler*. A cadela da raça Labrador estava na época com cinco meses e competia na classe de filhotes. Posteriormente saberia que os novatos sempre participam quase que exclusivamente das classes de menor idade dos cães, uma vez que, enquanto são filhotes, todos ganham o CCF (Certificado de Campeão Filhote), dos quais se deve obter cinco para poder homologar tal título. Isso acaba por estimular os novatos a continuar levando seus cães para a pista. Percebi que após algum tempo as coisas mudam de figura, pois a partir do jovem campeonato só recebe certificado quem realmente ganhar a disputa, começando, portanto, a eliminar alguns concorrentes. Posteriormente vi que os criadores já consolidados no campo dificilmente colocam em pista cães comprados em outros canis, de outros criadores, apenas de sua propriedade, pois, como eles mesmos dizem, “não vou fazer campanha de graça para o canil dos outros”. Salvo quando um cão é importado de algum famoso canil estrangeiro. Isso leva em conta não somente uma questão econômica, tendo em vista que fazer a campanha<sup>35</sup> de um cão é muito caro, mas também uma questão de fundo estratégico a fim de não fazer pontos para o concorrente, mesmo que, muitas vezes, o concorrente seja seu amigo.

O início da Exposição estava previsto para as nove horas da manhã como é de costume. Como não sabia os procedimentos que deveriam ser tomados, cheguei um pouco

---

<sup>34</sup> O KCFLU tem sua sede na cidade de Niterói e geralmente suas Exposições ocorrem no estacionamento do Niterói Shopping.

<sup>35</sup> “Fazer campanha” significa que terá que levar seu cão ao maior número de Exposições possível, de preferência também em outros estados do país, além das de sua região de origem. A finalidade desse esforço é fazer com que o cão marque muitos pontos e, além de conseguir todos os títulos que precisa para se consolidar como um excelente exemplar de sua raça, seja o melhor do *ranking*. Cada Exposição é composta em média por duas pistas e tem sua inscrição em torno de R\$ 90,00 por cão. Dificilmente um criador leva apenas um cão para participar de um evento desses. Além disso, há os gastos com transporte, alimentação das pessoas e dos cães – uma vez que cada dia de Exposição dura de 10 a 12 horas – além dos gastos com acessórios importados e os serviços especializados dos *handlers*, que cobram até para pentear o cão do modo considerado certo.

mais cedo, por volta das oito horas. No entanto, ao chegar, o local já estava todo ocupado. O espaço nesse estacionamento reservado para o acampamento é bem pequeno e não consegui encontrar lugar para ficar. Não tendo muita opção, e não conhecendo ninguém para quem pedir ajuda, acabei ficando em um corredor, bem no meio da passagem do acampamento para as pistas, ao lado de uma pilastra onde os cães usavam como que uma espécie de banheiro. Não poderia ter sido pior, mas não havia outra escolha. Para minha sorte, labrador é sempre uma das primeiras raças a ser julgada, devido ao grande número de cães que competem entre si. Isso já dá um indicativo da alta competitividade entre os criadores dessa raça. Percebi que os cães em Exposição só usam coleira e guias (utensílio de pano ou metal que serve para conduzir os cães) bem finas, no pescoço, jamais peitorais como comumente se vê em cães passeando nas ruas com seus donos. Minha cadela usava um enforcador de argolas prateadas e uma guia preta grossa, bem diferente das utilizadas pelos cães que estavam se apresentando.

Pela utilização desses utensílios considerados “errados” era possível perceber que nós não éramos pertencentes ao grupo. Por esse motivo, logo de início vieram me perguntar de que canil era a cadela, por se tratar, segundo eles, de um exemplar “muito bonito, muito típico”. Respondi de qual canil a cadela tinha origem, sem saber que com isso estava marcando posição naquele espaço.

Em pista, os cães são identificados por números referentes à sua inscrição. Este número deve ficar sempre no braço esquerdo daquele que o conduz, preso por um elástico. Essa não é uma regra escrita em nenhum regulamento, mas faz bastante diferença não se usar o elástico para prender o número do cão no braço. Na realidade, o intuito de se identificar o cão apenas através de seu número é o de não comprometer o julgamento, tentando torná-lo o mais isento possível de fraudes. Mas existe o que se chama de “ponta da guia”, que é o condutor do cão. Esse sim é um dos elementos mais importantes de uma



Exposição. É através dele, que pode ser um *handler* ou o próprio proprietário do cão ou de um canil, que se sabe que cão está em pista.

A minha cadela foi apresentada sem concorrentes em sua categoria. Por este fato, não foi possível perceber como ocorre a competição "mais de perto", uma vez que a cadela foi a melhor de sua classe sem ser feito muito esforço. Aos poucos os filhotes foram se apresentando e chegou a vez dos adultos entrarem na pista. Antes disso ocorreu a disputa de melhor filhote e minha cadela perdeu para o macho de mesma idade. Quando começaram a chegar os cães adultos, apareceu Amadeu (aquele que havia vendido esta cadela) com seu padreador chocolate chamado "John-John".

Após terminar a competição da raça Labrador, Amadeu foi falar comigo e se mostrou bastante entusiasmado com a nossa presença ali. Perguntou pelo desempenho da cadela e disse que ela estava ficando muito bonita, porém que eu tinha cometido alguns erros ao entrar com ela na pista. Mostrou que o material que estava usando não era adequado e que deveria comprar uma "guia de Exposição" na "Barraca do Robertinho", indicando onde ficava. Além disso, ele mostrou também a posição ideal que o cão deveria permanecer para ser avaliado pelo juiz, uma vez que minha cadela se mostrou agitada demais no momento da avaliação.

Fui, então, procurar a pessoa que ele havia indicado. A Barraca do Robertinho estava próxima à mesa da secretária do Kennel Clube e estava cheia de produtos importados. Mais tarde compreenderia que os produtos importados vendidos pelo Robertinho são elementos de forte valor simbólico e não somente utilitário. Ele tinha uma enorme variedade de cremes, óleos, brinquedos de apito para chamar a atenção dos cães, guias e enforcadores, escovas, facas de *trimming* (*termo referente aos acertos na pelagem do animal que devem ser feitos para que o cão se enquadre no padrão predisposto para a sua raça*) e tantas outras coisas que não sabia nem para o que serviam. Comprei então um

conjunto de guia com enforcador de cor bege – por se tratar de uma cadela amarela e o intuito desses apetrechos em pista é chamar a menor atenção possível para os acessórios usados pelo cão – para que parecesse que ela estivesse sem guia no momento de sua apresentação.

Nesta Exposição pude perceber melhor como deve ser a forma de se comportar com o cão na pista, que caminhos devem ser percorridos e de que forma. Mas, mesmo assim, era visível para todos que eu era novata em Exposições.

Os cães que estavam em pista pareciam ter um brilho especial. Não sabia muito bem o quê, mas parecia que faltava alguma coisa para que a minha cadela ficasse pelo menos parecida com aqueles cães que estavam ganhando a competição. Aos poucos comecei a perceber que não era somente dar um banho no animal e levá-lo para a Exposição. Descobri outros “truques” que deveriam ser utilizados a fim de encobrir as faltas que penalizam os cães na pista. Mas para saber como minimizar essas faltas, é preciso o que eles chamam de “ter olho” para ver o cão, ou seja, ter o olhar de um especialista para saber onde estão os defeitos e corrigi-los.

Um assessor do BKC certa vez disse-me que “o cão perfeito tinha nascido morto e sem deixar herdeiros”, o que quer dizer que aquele cão que todos perseguem, no intuito de atingir o mais perto possível o padrão estabelecido pela FCI, não existe. Essa expressão “ter olho para o cão” pode se assemelhar ao que os brasileiros estão comumente acostumados na figura dos “olheiros” dos campos de futebol. Esses têm a função de perceber, em times de menor expressão ou nas categorias de base dos principais times (iniciantes ou juvenis), os futuros “craques” ou celebridades desse esporte. Utiliza-se na cinofilia a categoria “show” para designar um cão que se apresente bem nas pistas. Segundo o marido da criadora de York, em uma conversa em sua residência, quando levei a cadela comprada no canil deles para cruzar com seu macho, o momento crucial para o

criador “fazer seu nome” é o momento da escolha do filhote em uma ninhada. Segundo ele, deve-se observar os cãezinhos e ver se algum deles “teria show”. Como eu não sabia o que significa “ter show”, perguntei que características deveriam ser observadas para se saber se um cão tem “show” ou não. Para minha surpresa ele respondeu que “o cão não precisa nem ter todas as características exigidas pelo padrão, não... Se ele tiver show, se ele tiver um brilho diferente no olhar, ele provavelmente vai ser um campeão”. Pelo que pude entender, “ter show” é algo que pode ser pensado à idéia de ter “mana”, tal qual Marcel Mauss identificou nas tribos melanésias. Algo mágico, alguma característica que fosse “intrínseca” ao animal que fizesse com que ele se destacasse entre os demais.

Alguns meses depois fui à Exposição do BKC, realizada em um armazém revitalizado pela prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, destinado a abrigar eventos artísticos e culturais numa tentativa de restaurar o porto da cidade – local visto como perigoso, abandonado e habitado por inúmeros moradores de rua. Não é nem preciso mencionar que público visitante praticamente não existia nesse evento, pois dificilmente alguém se aventuraria a passear no cais do porto em um fim de semana, onde o centro do Rio sofre um esvaziamento enorme em função de não haver expediente de trabalho, o que poderia torná-lo um lugar de risco.

Decidi que chegaria mais cedo a fim de conseguir um local onde pudesse me instalar sem ficar novamente na passagem. Cheguei então às seis e meia da manhã e, para a minha surpresa, o lugar já estava repleto de cordas cercando os acampamentos. Em alguns era possível ver meninos trabalhando e cuidando dos cães. Outros estavam vazios, só com uma faixa onde estava escrito o nome do canil ou do *handler* responsável. Fiquei intrigada em saber a que horas deveria chegar, então, para conseguir uma instalação melhor para participar do Evento. Acabei ficando em um canto escuro, debaixo de uma escada, depois da cantina, onde não dava nem para ver direito as pistas. Dessa vez levei um outro cão, da

raça Border Collie, além da cadela de raça Labrador. Já que levei dois cães para pista, foi preciso comprar mais uma guia, dessa vez na cor preta. Afinal não queria continuar sendo vista como “de fora” pelos membros daquele grupo. A cadela começava a competir agora em uma classe mais avançada e, infelizmente, dessa vez não ganhou o tal “papelzinho” que, se acumulado, confere a ela um título. Já o outro cão, embora tivesse a mesma idade, era o único exemplar de sua raça em todas as classes dessa competição e, portanto, fez-me experimentar novas sensações como, por exemplo, entrar em pista para disputar o grupo – nesse caso, o grupo 1 que é referente aos cães pastores.

Com o Border Collie ganhei minha primeira Roseta, com a Inscrição de Melhor da Raça, uma vez que ele era o único exemplar de sua raça em pista. Apesar de não competir com ninguém, a sensação de passar por todas as pistas em direção ao acampamento com a Roseta balançando na mão, a fim de que todos a vissem, é indescritível. A sensação experimentada foi algo tão forte como a de quem acabava de ganhar um prêmio de alto valor em dinheiro, apesar de saber que na realidade ele não havia competido com ninguém. Com o passar do tempo, percebi que quando uma pessoa ganha com seu cão o título de melhor da raça, o fato de não ter havido nenhum competidor não é revelado.

Um criador de Jack Russel, raça muito pouco divulgada e conhecida no Brasil, comumente entra em pista sem oponentes no Rio de Janeiro e sempre repete: “não importa se tem vinte cães na sua classe ou apenas o seu. Quando se ganha os certificados e homologa um título o que importa é que o seu cão é campeão. Ninguém vai te perguntar se ele competiu com vinte, trinta ou cinquenta cães. O que importa é o título que ele tem. É lógico que dá muito mais prazer competir com um monte de cães e saber que o seu é o melhor, mas se não der para ser assim, paciência.”

Pode parecer tranquilo, a princípio, experimentar essa sensação de entrar em pista sem nenhum competidor, mas posso adiantar que o momento em que *handler* e seu cão

estão se apresentando para serem avaliados pelo juiz é sempre um momento tenso. Pois mesmo que o cão não tenha nenhum adversário, o avaliador pode julgar que ele não merece ser um representante digno da raça, não lhe conferindo o certificado e, por conseguinte, a roseta. Não presenciei até hoje um fato semelhante a esse. Mas caso isso acontecesse, certamente seria uma enorme humilhação pública perante os outros membros do grupo.

Ao final da Exposição fiquei esperando para a hora da entrada dos grupos, quando, para minha surpresa, parecia que todos tinham trocado de roupa. Já tinha percebido que, de modo geral, a vestimenta é um acessório extremamente importante nas Exposições. As mulheres (que nesse ambiente são em número bem reduzido) estão sempre vestidas com meia-calças, saias ou calças sociais, sapatos de salto, blusas finas e cabelos com penteados sofisticados, além de usar muita maquiagem. Os homens trajam calça social ou jeans (dependendo da raça que apresentem), blusa social e gravata, porém esta não é essencial. Um observador que tenha um primeiro contato descompromissado com esse ambiente poderia afirmar que estavam todos vestidos como quem se arruma para ir a uma festa fina ou a um evento mais formal. No momento em que ocorrem os grupos e, portanto, nas finais de uma Exposição, aqueles que estavam sem seus paletós mais cedo agora o colocam. As mulheres muitas vezes vestem blazers ou vestidos longos, além de caprichar ainda mais na maquiagem. Através dessa breve descrição, é possível perceber que os cães, obviamente impecavelmente arrumados, são de alguma forma a estrela menor desse espetáculo. Como não tinha atentado para este fato, novamente deixei claro que era “de fora” desse grupo, por trajar calça jeans e camisa de malha, com um visual bastante informal. O ambiente era de total seriedade e tensão. Ficamos com a última colocação do grupo. Saí dessa Exposição com a sensação de que o que estava faltando para entrar em sintonia com o ambiente era a roupa adequada.

### *O modismo de uma raça*

Um fato que perturba os criadores, ao mesmo tempo que os auxilia – uma vez que valoriza de alguma forma o símbolo que escolheram para se representarem – é o “modismo” com que algumas raças aparecem na mídia e se destacam no meio social. Uma raça “está na moda” quando muitas pessoas conhecem determinado tipo de cachorro e querem tê-lo. O fato de uma raça “estar na moda” para esses criadores de Exposição é a pior coisa que pode acontecer. Segundo eles, quando uma raça “fica na moda” fatalmente essa raça se extinguirá. E por que isso ocorreria? Pois o que eles chamam de “leigo” ou “cachorreiro” acabará por interferir nas características da criação na medida em que cruzarem seus animais sem fazer nenhum estudo de sua genética.

Para a comunidade cinófila, “criar cães é uma ciência e uma arte”. Através dessa frase é possível perceber o grau de autoridade atribuída por eles a si próprios quando o assunto é lidar com cães. Muitas vezes, sua autoridade e legitimidade são tão poderosas perante o grupo que ultrapassam a autoridade do médico veterinário que, em tese, estudou em uma universidade pelo menos durante cinco anos para se especializar no trato da saúde e bem estar animal. Diversas vezes ouvi que “veterinário que não é criador não entende nada de cachorro”, como uma forma de se auto-afirmar no campo, menosprezando um especialista “de fora”.

Poder-se-ia comparar esse tipo de atitude com o embate de um pajé e um médico, por exemplo. O primeiro tem o conhecimento concreto, da experiência, enquanto que o segundo tem o conhecimento do “estudo”, da ciência. Poderia esta noção de “ciência”, a qual os criadores se referem, remeter-nos à idéia que Lévi-Strauss trabalhou como sendo a “ciência do concreto” que é o saber da experiência, a experiência da vida, da família. Quando os criadores tentam menosprezar os veterinários – que nesse caso se opõem a eles

por representarem um outro tipo de autoridade quando o assunto é a lida com animais – percebe-se que há uma tentativa de se afirmar e se legitimar enquanto conhecedores de um saber que só é possível se experimentado no seu cotidiano, sendo muitas vezes relatado como bastante árduo.

Retorno agora a um ponto já mencionado anteriormente que é o da importância da escolha da raça a se criar. Já de início deixo claro que embora essa pareça ser uma atitude consciente, justamente por se tratar de uma opção entre tantas outras, é também inconsciente na medida em que não se leva em conta, no momento da escolha, que futuramente a pessoa irá se representar através de determinada raça e não de outra. Um dos primeiros quesitos que se leva em conta ao definir a raça a ser criada é a utilidade que os cães terão, se serão cães de trabalho, destinados a resgates ou farejar algo, se serão cães de guarda ou se serão cães de companhia. Apesar dessa ser uma estratégia importante a ser definida pelo criador, muitas vezes os cães por ele selecionados, não importando sua função, não servem para outra coisa a não ser para Exposição, já que a conduta desses cães destinados a “brilhar nas pistas” deve ser, desde pequenos, de muita restrição, disciplina, sacrifícios e, ao mesmo tempo, devem ter um comportamento dócil com todas as pessoas. Segundo alguns *handlers*, se o cão não tiver “temperamento” (o conjunto de características que acabo de mencionar) o exemplar é automaticamente retirado das competições, pois poucos se habilitam a conduzi-los em pista. Comumente se ouve a seguinte frase: “Meu cachorro nasceu para desfilar. Olha como ele adora se apresentar! Quando ele me vê arrumando o carro para irmos a uma Exposição ele é o primeiro a entrar em sua caixa com medo de ser esquecido. Quando ele se ‘aposentar’ das pistas vou ter que continuar trazendo-o para que não fique deprimido.” Só de pensar que em breve – pois a vida de um cão em pista é breve, durando em média somente três ou quatro anos – o proprietário poderá ficar sem um cão para freqüentar a Exposição, ele automaticamente aciona um

mecanismo que lhe confere uma estratégia a fim de continuar participando mesmo que seja somente para marcar pontos. Pois o cão em questão já teria todos os títulos que poderiam lhe ser conferidos. Para que isso não ocorra, antes mesmo que um cão obtenha todos os títulos que lhe são possíveis, os criadores já estão preparando algum filhote para substituir seu antecessor, fazendo com que o criador fique longos anos atuante em seu grupo.

Um outro aspecto que deve ser levado em consideração para a escolha da raça é a disponibilidade em se adquirir um filhote ou um cão adulto para iniciar a criação. Entre os criadores, há o consenso de que para ter uma boa criação é necessário adquirir cães adultos, preferencialmente que já tenham títulos em seu “currículo”, pois em um cão adulto seria mais difícil que houvesse uma mudança a tal ponto que o desqualificasse como matriz ou padreador<sup>36</sup>. Ou mesmo ocorrer o caso de ser “enganado” pelo criador vendedor, pois um filhote pode mudar muito até chegar a sua maturidade. Ouvi muitas histórias de trapanças entre criadores na hora de comprar cães para melhorar a “linha de sangue” de seu canil, apresentando cães que não eram filhos dos pais acordados, por exemplo. O que percebi neste momento em que me inseri no grupo é que a postura ética é muitas vezes deixada de lado, não devido a aspectos financeiros, mas, principalmente, por causa de disputas de prestígio e poder dentro do grupo.

Ao se tornar um criador minimamente conhecido e reconhecido pelos seus pares, dificilmente se consegue comprar um cão que seja um vencedor nas pistas. Pois os melhores cães nascidos em uma ninhada são sempre resguardados pelo criador para não ir para canis concorrentes. Algumas vezes eles chegam a esconder os filhotes “promissores” para que não se saiba o “trunfo” que colocarão nas Exposições futuramente. Nesse meio,

---

<sup>36</sup> Padreador é o cão do sexo masculino considerado apto à procriação. Geralmente, um canil tem um ou dois padreadores que são dotados dos principais títulos conferidos em Exposições a fim de que possa ser “vendida” sua “cobertura”, ou seja, o acasalamento necessário para a geração de filhotes. A venda de uma cobertura é acordada para ser paga em dinheiro ou com um ou dois filhotes dependendo da quantidade de animais gerados no acasalamento. É através dos acordos de acasalamento entre os criadores que se formam novas linhagens genéticas.



não se quer de modo algum que haja de fato concorrência, embora a disputa seja a engrenagem principal dessa máquina de gerar filhotes. Importando um cão dos Estados Unidos ou da Europa, dependendo da origem da raça em questão, uma criação atinge os mais altos patamares que se pode esperar. Porém, ao mesmo tempo, há uma controvérsia dentro do campo, onde uns deslegitimam essa prática, não por ser uma coisa ruim, pois, pelo contrário, isso é sempre considerado um bom passo para o melhoramento da raça, principalmente quando está difícil diminuir a incidência de “defeitos” com os cruzamentos já estabelecidos. Porém, afirma-se que canis que vencem somente com cães importados e não com cães da sua criação não têm um bom criador, mas sim um bom comprador. Há, portanto, uma constante tensão em adquirir exemplares de fora do seu canil. Tanto pelo motivo da dificuldade de acesso devido a alta competitividade que existe, como pelo fato de saber onde comprar os cães, já que essa é uma escolha que deve ser muito bem analisada pois com o simples fato de adquirir um cão de um canil “rival”, digamos assim, seus laços de amizade ou seu círculo de relacionamento pode ser extremamente abalado. Por esse motivo é possível perceber que se formam certos nichos bem fechados dentro do próprio universo dos criadores profissionais.

Cabe ressaltar, neste ponto, que utilizo o termo “criador profissional” somente para mostrar a oposição que existe entre os criadores que estou chamando aqui de “profissionais” e os criadores denominados por eles de “cachorreiros”, que são duas categorias opostas e dicotômicas desse universo. Para ser considerado pelos criadores profissionais como pertencente a este grupo deve-se ter uma outra profissão além de ser criador. Para eles, o criador legítimo é aquele que tem na criação não um meio de sobrevivência, mas sim o “gosto” pelos cães. E isso é quase que uma regra de conduta do grupo.

Ouvi de um criador de Afghan Hound – cão reconhecido por seu andar elegante apesar de seu enorme tamanho – que ele sabe exatamente como uma pessoa é pela raça que cria. Ele disse isso ao fazer menção aos criadores de Labrador que, segundo ele, “são pessoas com espírito de pobre” e com quem, portanto, ele não se “mistura”. Esse comentário foi devido ao fato de, na final de uma Exposição em que um Labrador concorria ao *Best in Show*, os criadores da raça (que até então era um grupo de amigos, que, mais tarde, separaram-se por causa de disputas internas pela autoridade sobre a raça) gritavam, aplaudiam, assoviavam para chamar a atenção do juiz para o cão da preferência deles e, por conseguinte, desconcentrando os demais animais em competição. Os criadores de Rottweiler, por exemplo, são sempre mais sérios, se vestem com roupas mais despojadas e são vistos como "encrenqueiros" pelos cinófilos. Mais de uma vez, presenciei brigas dentro da pista de rottweiler com ameaças verbais, que se estenderam para a área de pré-pista.

A pré-pista é um espaço junto à pista onde se aguarda com os demais concorrentes o momento dos cães serem julgados. Esse é um dos lugares de maior tensão da Exposição, pois todos os seus oponentes estão ali com seus respectivos cachorros. É o lugar por excelência para “ver e ser visto” em uma Exposição. É o lugar onde as relações podem ser feitas ou desfeitas. É o lugar em que as posições sociais aparecem de forma mais nítida. Na pré-pista deve-se ficar o mais atento possível, pois se a pessoa se distrair é bem possível que o oponente faça algo para prejudicar o desempenho do seu cão. Essas atitudes vão desde pisões na pata do animal no intuito de que ele manque e não tenha uma boa movimentação em pista, a jogar laquê (spray fixador de penteados) em um cão de pêlo longo que deveria estar com seus pêlos soltos e desengordurados para uma melhor apresentação. E tudo isso ocorre como se fosse um mero acidente de trabalho. Com minha ida mais sistemática às Exposições percebi que atitudes como essas são muito frequentes.

Os *handlers* experientes fazem essas “trapaças” para desestruturar o adversário que ficou o dia inteiro arrumando seu cão para aqueles cinco minutos (muitas vezes menos que isso) que participará do espetáculo, principalmente quando percebem que o adversário é um novato. Isso se dá por dois motivos: primeiro, se ele achar que o adversário, e nesse caso o novato, está com um cão melhor do que o dele (seria humilhante para um *handler* já consagrado pelos demais perder para um novato); e segundo (essa é a opção mais freqüente), o *handler* experiente atrapalha o adversário na hora da apresentação, seja colocando na frente do seu cão impedindo a visão do juiz, seja ultrapassando o cão na hora em que o juiz pede para que todos andem em círculo para comparar suas movimentações, no intuito de fazer com que aquele novato desista de tentar apresentar seu próprio cão a fim de conseguir mais um cliente. Quando a finalidade é a segunda, o *handler* experiente se aproxima do novato e faz uma série de elogios para o seu cão, inflando o ego daquele proprietário, fazendo com que dessa forma ele acabe se convencendo de que o cão só perdeu porque o novato não sabia apresentar ou arrumá-lo direito. Isso ocorreu comigo diversas vezes. Obviamente o *handler* experiente não dirá como deve ser feito, mas em seguida oferece seus serviços a fim de condicionar melhor o cão para a pista uma vez que ele teria potencial para ganhar. Isso ocorre a todo o momento.

### Exposição Mundial de 2005 – Buenos Aires

Em 2005, a Exposição Mundial se realizou em Buenos Aires capital da Argentina. Entre os dias sete e dez de julho, cinófilos do mundo inteiro se concentraram neste país para que seus cães tentassem alcançar o título de Melhor do Mundo. Fui com Álvaro (criador de Yorkshire) e levamos dois Yorkshires de criação dele. Hospedei-me em um hotel próximo ao evento em que muitos brasileiros também estavam. Foi um importante

local para marcar posições junto ao grupo. Competir em uma Exposição Mundial fora do país de origem teve um peso muito grande na minha inserção no campo.

Quando cheguei à Exposição no primeiro dia, percebi porque tinham dito que a Exposição ocorrida no Brasil, no ano anterior, tinha sido um fracasso. Havia muito mais pessoas presentes na Argentina, seja competindo com seus cães ou simplesmente visitando o local. O pavilhão destinado ao acampamento estava lotado. Não era permitida a entrada de pessoas que não fossem expositoras no evento, diferentemente do que ocorreu no Brasil, onde qualquer um podia visitar os acampamentos mesmo que essa presença não fosse bem vista pelos que deles faziam parte. Soube, ao fazer a inscrição dos cães, que o espaço destinado ao acampamento estava sendo alugado, mas, como levaria somente dois cães de pequeno porte, acreditei que não seria necessário reservar um espaço. Álvaro disse que estariam lá muitos conhecidos dele, inclusive uma *handler* com quem estava uma cadela sua que disputava entre os melhores do ranking no Brasil. Já que a “ponta da guia” (pessoa que está conduzindo o cão) faz diferença no momento da disputa, Álvaro preferiu que sua cadela de maior destaque fosse apresentada por uma *handler* conhecida no meio. Os cães que levamos seriam apresentados por ele mesmo.

Tomei conhecimento, naquele momento, que aquele era um ano importante para Álvaro que decidiu não poupar esforços para tentar liderar a lista de melhor criador da raça Yorkshire no Brasil. Ele é um dos poucos dentro da cinofilia que não tem como tradição de família a criação de cães. Álvaro não se enquadra entre os que pertencem às camadas de elite da sociedade carioca, fazendo com que ele ficasse bastante tempo às margens do grupo. Ele mora com os pais no subúrbio do Rio, onde cria seus cães. Para sua sorte, foi “apadrinhado” por uma criadora muito influente no meio. Foi com ela que aprendeu grande parte dos conhecimentos sobre criação e preparo dos cães para competição. Fazer anúncio do canil nas revistas especializadas é um passo importante para um criador. Ele

normalmente anuncia seu canil na parte de classificados da revista “Cães & Cia”, um anúncio pequeno, sem chamar muita atenção. Dessa vez ele preferiu fazer um anúncio de meia página, onde colocou a fotografia dos cães de destaque de seu canil. Divulgou o resultado parcial do ranking com o desempenho que todo o seu esforço e dedicação ao longo do ano lhe proporcionaram. Um dos cães de destaque de Álvaro, nesse anúncio, foi a cadela de minha propriedade, que levei para a Argentina. A viagem foi um bom momento para estreitarmos relações e, portanto, me aproximar do grupo pesquisado.

O acampamento em que a outra cadela de Álvaro estava era grande e cheio de ajudantes. A quantidade de pessoas trabalhando para um *handler* demonstra que, além de ter mais cães e, portanto, clientes, ele não precisa fazer trabalhos considerados menores, como limpar os excrementos dos cães, por exemplo. Esta *handler* não tinha um acampamento só dela. Na verdade, ela estava utilizando o acampamento de um *handler* muito importante na cinofilia brasileira. Decidi que ficaríamos no corredor ao lado do acampamento deles para, caso precisássemos de alguma ajuda, tivéssemos onde pedir auxílio. Assim como nós, outras pessoas não tinham pago pelo espaço a ser utilizado como acampamento, fazendo da passagem um labirinto cheio de cães. Álvaro percebeu que não tinha onde ligar seu secador a fim de preparar os cães para entrar em pista e me pediu para falar com a *handler* para usarmos seu ponto de energia. No primeiro dia, tudo correu de forma tranqüila, mas no dia seguinte, a esposa do *handler* de destaque não permitiu que eu conectasse o secador na sua extensão, pois, segundo ela, a energia estava fraca e a prejudicaria na preparação de seus cães. Desconcertada, sai do acampamento e acabei encontrando o gerador central de energia onde, sem nenhum inconveniente, pude secar e preparar os cães. Este episódio serviu para mostrar que, mesmo estando em um país estrangeiro, as fronteiras entre as relações de proximidade continuavam fortemente presentes. Mais uma vez foi deixado claro que eu ainda não pertencia ao grupo.

A competição ocorreu ao longo dos quatro dias com um público visitante bastante grande o que demonstra que a divulgação do evento lá foi muito maior do que a realizada no Brasil. Havia pessoas de todas as idades, porém não era permitida a entrada de cães que não fossem ser julgados na Exposição, o que diminui a tensão dos *handlers* e criadores em ter que evitar o contato entre os cães de dentro e os de fora do grupo.

Um fato inusitado marcou a Exposição Mundial realizada na Argentina: no último dia e, portanto, o dia em que seria escolhido o campeão mundial, uma bomba de gás lacrimogêneo, comumente utilizada por policiais para dispersar multidões devido ao seu efeito bloqueador das vias respiratórias, foi colocada embaixo do aparelho de calefação fazendo com que o gás se dispersasse rapidamente. Após perícia e investigação chegou-se à conclusão de que esse ato tinha sido provocado pelos criadores de cães da raça Dogo Argentino devido à insatisfação dos resultados dos dias anteriores. Nos três primeiros dias, a criação brasileira teve destaque e conseguiu classificação melhor do que a dos anfitriões do evento. Eles se disseram prejudicados, pois a organização da Exposição teria escolhido um árbitro que já tinha se desentendido com os argentinos em competições anteriores. No dia que antecedeu o incidente, soube que o árbitro teve que sair do local escoltado pelos seguranças por receber ameaças verbais. A bomba foi colocada na pista em que os Dogo Argentinos estavam sendo julgados, que ficava diretamente ligada ao pavilhão destinado aos acampamentos, sendo sua principal via de acesso. Para ir ao acampamento era necessário passar pelo pavilhão verde onde ocorreu a confusão. A bomba estourou momentos antes de ser escolhido o melhor da raça. Ocorreu pânico e tumulto entre as pessoas, pois devido ao frio na região, os pavilhões estavam todos fechados. As portas de emergência, que eram de vidro, estavam trancadas e os organizadores tiveram que quebrá-las para que se conseguisse evacuar a área. Muitas pessoas se machucaram e alguns cães se feriram. O gás lacrimogêneo tem uma substância que faz com que os olhos e a as vias

respiratórias fiquem bloqueadas provocando ardência. Não se enxergava nada no pavilhão verde nem no acampamento e a dificuldade para respirar era muito grande. Após passar o tumulto, grande parte das pessoas conseguiu sair do pavilhão. De repente, alguém fez menção aos cães que estavam lá dentro e como que em um impulso coletivo muitos entraram para tentar resgatá-los. Novamente houve tumulto e desespero. As autoridades do local divulgaram que dois cães morreram por asfixia. A Exposição foi interrompida por quatro horas até que se conseguisse livrar os pavilhões do efeito do gás.

O interessante deste episódio foi o modo como os organizadores do evento fizeram sua retratação com o público participante. Eles disseram que, apesar do ocorrido, souberam conduzir tudo de forma a deixar as pessoas tranquilas e que estavam preparados para qualquer imprevisto. Os dirigentes disseram ainda que a organização tinha sido melhor do que a da Exposição Mundial Brasileira, pois não tinha sido por culpa deles a morte dos cães. Os criadores argentinos da raça estopim do incidente foram penalizados por cinco anos sem poder participar de Exposições. Percebi que a dimensão da disputa no campo dos criadores era muito maior do que eu imaginava. O resultado que deixou insatisfeito alguns criadores saiu das fronteiras do grupo transformando-se num episódio que chegou à mídia local como um ato de terrorismo.

Passado esse episódio, as raças voltaram a ser julgadas. Álvaro não conseguiu ganhar nada com os cães que levamos, mas conheci pessoas importantes como o presidente do Kennel Clube de Córdoba e alguns outros juízes brasileiros que foram assistir o evento. O encontro com o presidente do Kennel de Córdoba se deu devido a um problema na inscrição de nossos cães na categoria “parelha”, na qual é escolhido o casal de cães de mesma raça que tenham mais semelhança entre si. Na verdade, levei estes cães para competir acreditando que alcançariam alguma colocação de destaque justamente nesse quesito, pois sabia que ainda eram muito jovens para competir com os adultos de sua raça.

Porém, por um erro da organização da Exposição, não foi feita a inscrição dos cães na categoria “parelha”, impedindo que eles participassem. Mesmo com a intervenção de um membro do *Kennel Club de Córdoba*, não foi possível reparar o erro no catálogo da Exposição que estava sendo vendido desde o primeiro dia do evento. Mais uma vez, minha rede de influências foi insuficiente para ser vista como uma “de dentro” pelo grupo.

A raça que era por todos conhecida como a favorita para ganhar a premiação máxima da Exposição não pôde nem participar da final. Era certo que os criadores de Dogo Argentino se classificariam entre os três melhores do mundo. Mas, devido ao ocorrido, ficaram suspensos das competições, inclusive da Mundial. Os maiores prejudicados foram os criadores de Dogo Argentino que não tiveram nada a ver com a confusão, como os brasileiros, por exemplo.

Minha posição só foi marcada dentro da comunidade cinófila na Exposição ocorrida em Niterói logo após o retorno da Argentina, quando minha cadela, da criação de Álvaro, ganhou o *Best in Show*, conduzida por ele. Na mesma Exposição, um filhote de minha criação ganhou o mini *Best in Show* (melhor filhote de todos os cães de mesma idade que participaram da Exposição), consolidando ainda mais minha posição. Depois daquele dia, minha presença começou a ser notada. Álvaro me contou, alguns dias depois, que aquele tinha sido seu primeiro *Best in Show* em quase dez anos de cinofilia, o que fez nossos laços se estreitarem ainda mais. Eu e ele começamos a ser vistos com outros olhos pelos demais, que agora faziam questão de nos cumprimentar. É impressionante como uma boa classificação na Exposição faz uma pessoa se tornar conhecida e reconhecida nesse grupo.

Um dos principais fatores que distingue um criador do outro, e que é tido por eles como “o bem mais precioso que se pode ter” é a “linha de sangue” que caracteriza seus animais. Essa é a moeda de troca na cinofilia. O que se busca quando se negocia cães é a



carga genética que ele carrega e que possivelmente transmitirá a seus herdeiros. Ou seja, o “bem mais valioso” para essas pessoas é algo que não se pode tocar e não se tem acesso com facilidade. É uma espécie de elemento mágico sem o qual não é possível se destacar perante os iguais. Digo ser um elemento mágico pois o principal fator que influencia a obtenção desses “genes especiais”, além do poder econômico que permite conseguir comprar os cães de melhor “fenótipo” (características visíveis que sofrem modificações pela ação do ambiente), é a sorte. Segundo eles, todo bom criador “tem que ter sorte”, pois o que produz o “cão perfeito” – busca eterna e incessante dos criadores – é a sorte de atingir a melhor combinação genética possível para se obter as qualidades necessárias de uma raça.

É na hora que se está no acampamento preparando os cães que as coisas acontecem. Nos bastidores, resultados de Exposições são acordados. Troca de *Best in Show* ou de Melhor do Grupo por filhotes promissores são feitas. Venda de filhotes de pista entre os criadores acontece freqüentemente. Acordos de “pagamentos de cruzada”<sup>37</sup> também são motivos de aproximação entre criadores. Mas o que mais se faz nessas horas é observar os defeitos dos cães dos rivais, pois, segundo eles dizem, o “cão é o espelho do dono”. Costuma-se associar o *handler* com os cães que apresentam pelo tipo físico ou pelo temperamento. Ou seja, todos em uma Exposição se representam através de seus cães e também se diferenciam por eles.

Entre os criadores que estudei, a noção de cão como membro da família é fundamental, pois é a partir da familiaridade com os cães que surge o intuito de criar determinada raça. Esse criar cães pode se assemelhar à noção de “criar filhos”:

---

<sup>37</sup> Pagamento de cruzada é o termo que se refere ao ato de pagar, literalmente, pela cobertura (acasalamento) do padreador de outro canil. Este pode ser feito em dinheiro, mediante acordo no momento da cobertura ou em filhotes nascidos do cruzamento. Dependendo do número de cães nascidos o dono do macho terá direito a um ou dois filhotes conforme acordado previamente. Os filhotes geralmente são liberados para o proprietário do macho depois de desmamados. Ao proprietário do macho também é acordado comumente que terá o direito a primeira escolha e portanto do provável filhote “show” que eventualmente venha a nascer.

alimentando da melhor forma possível, cuidando da saúde, da beleza e do bem-estar, além de educar os cães de forma a controlar seus instintos. No imaginário dos criadores, os animais gostam de participar das Exposições e caso não “gostassem” seriam automaticamente retirados das pistas. É claro que se deve relativizar esse discurso, até mesmo porque os animais não têm como demonstrar efetivamente o que estão sentindo.

Há ainda a dimensão dos proprietários de cães de Exposição, mas que não são criadores. São pessoas de alto poder aquisitivo que querem que seus cães participem de Exposições sem nenhum objetivo na manutenção da raça e sim exclusivamente pelo “prazer” de ter um cão campeão. É claro que na grande maioria das vezes essas pessoas são induzidas pelos criadores de quem compraram o animal a colocar o cão em pista. Assim como aconteceu comigo, só conheci esse universo porque os criadores quiseram que eu o conhecesse. Caso contrário, eu dificilmente saberia o significado de participar de uma Exposição.

Devido a pouca divulgação que as Exposições ainda têm aqui no Brasil, quando digo que participo de Exposições com meus cães a primeira coisa que me perguntam é se é um desfile de moda, com roupinhas e acessórios, o que mostra como esse universo é desconhecido pela população em geral. Mesmo explicando como o evento funciona é um pouco difícil entender do que se trata sem nunca ter visto algo semelhante. Hoje em dia, através da televisão a cabo, uma parcela da população que gosta de animais tem acesso ao canal “*Animal Planet*” que periodicamente mostra alguns campeonatos realizados nos Estados Unidos, como por exemplo, a Copa Eukanuba, o que acabou por difundir um pouco mais as Exposições de Cães em nosso país. Mesmo assim, esse universo de cães campeões ainda é bastante restrito por ser um ambiente em que é necessário um conhecimento prévio sobre cães, para que se possa ter “um olhar” que permita a compreensão dos fatos que ali ocorrem. Muitas vezes esse conhecimento só é adquirido no

próprio campo. A entrada nesse campo é o principal desafio para os novatos que desejam iniciar uma criação.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Meu interesse pelo tema referente às relações entre as pessoas e seus animais de estimação surgiu no fim do ano de 2002. Este fato foi devido a ter recebido um cão de presente. Para quem me deu o cão, o presente tinha uma função: aproximar-me do universo das pessoas que possuem animais de estimação uma vez que eu nunca tinha tido nenhum contato com cães, sendo minha relação com eles de desconfiança e medo. O fato era que, em breve, iríamos nos casar e ele já tinha um cão, de grande porte, que era motivo de algumas desavenças entre nós. A fim de me “aproximar” deste cão que ele considerava “seu melhor amigo”, por ter sido comprado por indicação de sua psicanalista devido a uma fase de depressão vivida anteriormente, decidi que me “seduziria” dando-me um cão de pequeno porte. Devo confessar que sua estratégia deu certo e a partir do momento em que me vi envolvida com os cuidados diários com esse animal acabei mergulhando em um universo completamente desconhecido.

No princípio tudo era novidade, pois não fazia idéia de como deveria agir para cuidar de um cão de apenas dois meses. Através do contato com outras pessoas que tinham cães como animais de estimação – amigos, familiares ou freqüentadores de lojas específicas para animais – comecei a perceber que grande parte delas via seu cão como “membro da família”. O mais interessante é que, não importando a idade do animal, mesmo que ele já tivesse atingido uma idade, considerada pelos especialistas em animais, de maturidade, ou seja a fase adulta, os proprietários de cães com quem tive contato tratavam seus animais como se fossem “crianças”. Observei isso ao vê-los “falando” com seus cães de modo adocicado e mole como se estivessem lidando com bebês humanos. Os cães, assim como os bebês, são vistos como seres que se comunicam através de sinais ou gestos que são interpretados em virtude de sensações ou emoções, sem que uma linguagem

articulada e estruturada seja necessária para que haja comunicação. Percebi que as pessoas percebem seus cães em um nível equivalente ao da fase inicial da vida humana quando tratam seus cães como se fossem membros da família.

Como mostra Mary Del Priori (2001), em seu livro sobre o cotidiano, nossa sociedade está cada vez mais dando lugar especial aos animais domésticos. Uma das minhas hipóteses de trabalho é também por ela abordada quando se refere à relação que as pessoas nutrem por seus animais sendo mediada pela emoção. Em um trecho a autora diz que "muitas vezes ter cachorro ou gato pode, também, funcionar como derivativo para a solidão e a insegurança. A necessidade de autoridade, de dominação, de apropriação, bem como a angústia, a agressividade, a riqueza de uma vida excessivamente interiorizada ou a timidez e dificuldade de comunicação, as frustrações afetivas ou sexuais de um casal desunido, separado ou sem crianças, a velhice, o narcisismo, mas também as tensões sociais e profissionais, todas essas motivações geradoras de desequilíbrio podem levar à aquisição de um cachorro, responsabilizado em alguns casos por comportamentos anti-sociais." (p.55)

Muitos dos motivos apontados pela autora como sendo impulsionador no momento da aquisição de um cão para companhia, puderam ser verificados ao longo desta pesquisa como pode ser visto nos depoimentos citados ao longo da dissertação.

Os cães domésticos são animais que compartilham e compreendem uma série de comandos verbais e atitudes corporais formando uma linguagem, ou um meio de comunicação própria de homens e cães. Em virtude dessa comunicação especial que é intermediada pelos sentimentos (seja do homem ou do cão) estão cada vez mais surgindo técnicas de adestramento voltadas para atitudes que visam esperar uma reação intencional do cão e não simplesmente a resposta a um estímulo.

Um dos precursores no Brasil deste tipo de modalidade de "educação canina" é o zootecnista Alexandre Rossi (1999) que escreveu um livro que tem um título bastante interessante: *Adestramento Inteligente. Com amor, humor e bom senso*, o que mostra como a concepção acerca do modo como se deve lidar com o cão está de fato mudando. Aquela concepção militarista de adestramento de animais não se aplica mais quando se pretende "educar" um cão de estimação.

A principal justificativa que os proprietários de cães dão para preferir o método do "adestramento inteligente" é não querer ver seus cães como robôs, pois, segundo eles, com o adestramento de estilo militar a relação que se tem com o cão fica extremamente mecânica. Como cada vez mais pessoas percebem seus animais como filhos, esse tipo de adestramento vem perdendo o espaço para uma "educação" do cão.

Alexandre Rossi desenvolveu uma pesquisa de mestrado na área de etologia querendo provar que as formas de comunicação dos animais é bastante complexa. Para isso, Rossi treinou uma cadela sem raça definida para expressar seus desejos através de um painel eletrônico. A cadela poderia pedir água, comida, brinquedo, carinho, manifestar vontade de ir para o canil ou de fazer suas necessidades fisiológicas. O painel é dotado de símbolos que ao serem selecionados pelo animal emitem uma gravação referente ao desejo do cão, fazendo com que ele consiga se comunicar para expressar o que deseja.

Pesquisas como essa são boas para pensar sobre o desejo do ser humano em se comunicar com os animais. Certamente o cão não foi escolhido de forma arbitrária, mas sim devido a sua proximidade com a nossa vida social. Para Rodrigues (2003), existe uma sociologia animal que "nos ensinaria que comunicação e sociedade estão presentes na natureza e que estão ambas presentes no Homem porque ele é parte da natureza. Aprenderíamos com ela que estas duas coisas são na realidade uma mesma coisa, pois não é possível imaginar sociedade sem comunicação, sistema social em que os membros não

estejam em contato dinâmico. Os chamados 'processos sociais básicos' – cooperação, competição, conflito, imitação, associação, etc. – são fundamentalmente processos comunicacionais." (p.23)

De todos os conselhos que ouvi, quando ganhei meu primeiro cão, nenhum deles sugeria que eu devesse tratá-lo como um animal. Pelo que pude perceber, o cão, para meus conselheiros, representa uma “pessoa” no ambiente familiar. Tratar um cão como um animal como outro qualquer é visto com desprezo pelas pessoas que os percebem na figura de um “filho”.

O que me propus a estudar foram as categorias de pensamento que regem a lógica moderna de tratar os animais como pessoas. Afinal, a noção de pessoa é particular em cada época da história humana e em cada sociedade. Cabe lembrar que até bem pouco tempo, os negros (ou melhor os escravos) não eram considerados como pessoas na sociedade brasileira e, muitas vezes, se situavam em patamares até mesmo inferiores aos dos animais domésticos. Como mostra Mauss (1974), em seu ensaio sobre a categoria do espírito humano, a “noção de eu” é bastante recente e varia conforme “o direito, a religião, os costumes, as estruturas sociais e as mentalidades dos homens.” (p. 211) O autor afirma que a primeira noção de pessoa surge na civilização romana e se caracteriza pela classificação dos indivíduos através de nomes, prenomes e sobrenomes que seriam determinados pela situação familiar, pela classe social e pelo nascimento.

A partir desta idéia, é possível perceber um fenômeno bastante interessante ligado ao modo como se tratam os animais de estimação na sociedade ocidental moderna. Os animais também possuem nome e sobrenome e muitas vezes apelidos pelos quais são chamados.

Mas nem sempre a atitude com os animais foi assim. Thomas (1988) mostra que na Inglaterra do princípio da era moderna o valor oficialmente atribuído aos animais era

negativo, ajudando a definir, por contraste, o que supostamente distinguia e exaltava a espécie humana. Muitas vezes, crianças, mulheres, pobres, marginais e escravos eram comparados a animais devido a inferioridade com que eram percebidos na sociedade. Com o desenvolvimento da história natural e os estudos científicos sobre os animais essa concepção começou a mudar. As primeiras classificações em que os animais começaram a ser enquadrados eram aos pares: comestíveis e não comestíveis; ferozes e mansos; úteis e inúteis. A partir de então, apareceu uma nova classificação que fazia distinção entre os animais selvagens e os domesticados.

Os séculos XVII e XVIII presenciaram uma ruptura fundamental no modo como a natureza era percebida pelos homens. Ao invés de perceberem a natureza em termos basicamente de suas analogias e semelhanças com o homem, os naturalistas começaram a tentar estudá-la em si própria. Com o surgimento da ecologia e de todos os movimentos que visavam proteger a natureza dos abusos cometidos pelos homens, os animais começaram a receber atributos morais que permeiam nossa relação com eles até os dias de hoje. Por conseguinte, começaram a compartilhar de muitas esferas da vida social nas cidades e não mais exclusivamente no meio rural. A consequência dessa atitude gerou a categoria que foi a fonte principal desta pesquisa que é a dos animais de estimação, tendo no cão o seu principal representante.

Comecei a frequentar ambientes onde os cães são o centro das atenções. O que mais me chamou atenção foi o fato das lojas especializadas em comercializar artigos para animais de estimação, *Pet Shops*, serem muito parecidas com lojas de artigos para bebês. Essas lojas normalmente têm muitos brinquedos de borracha e de pelúcia, caminhas, colchões, escovas, mordedores de borracha ou de corda, pasta e escova dental e roupinhas semelhantes às de humanos. Só é possível perceber que se está em uma loja para animais ao avistar as prateleiras destinadas às rações – comidas próprias para animais em geral.



Mesmo neste caso, é possível perceber que as embalagens brilhantes e chamativas parecem algumas embalagens de biscoitos que são consumidos diariamente pelas pessoas. Acredito que tudo isso seja para atender um público que quer que seus animais sejam, de fato, vistos como “gente”.

Para adquirir aquele cão que mencionei anteriormente, e que veio a se chamar “Bravo”, meu parceiro recorreu à seção de anúncios do jornal “O Globo” que tem uma parte dedicada à comercialização de animais domésticos. Essa parte está incluída no caderno que se destina a atender as necessidades referentes aos utensílios para o lar, tendo por título “*Lar & Cia*”. É possível apreender, pela localização desta seção dentro do jornal, em que parte da vida social se enquadram os animais domésticos.

Observando esta coluna mais atentamente pode-se notar que são poucos os anúncios de canis vendendo animais. Os principais anunciantes nesta sessão são os "cachorreiros" com quem os criadores disputam a legitimidade no campo da criação de cães. A maioria dos anúncios é destinada à venda de cães. Uma parcela pouco significativa se destina a comercializar gatos para companhia.

Afinal, por que decidi estudar a relação dos humanos com os cães e não com qualquer outro animal de estimação? Essa é uma pergunta que deve ser colocada já que temos diversos tipos de animais de estimação. Constatei ser interessante, além de pensar na relação das pessoas com seus animais, indagar porque determinado animal, neste caso o cão, parece ter uma predileção tão especial.

Eu e meu parceiro saímos de minha residência na Ilha do Governador e fomos até Copacabana em um domingo à tarde para comprar o cão com o qual seria presenteada. Com o tempo, pude perceber, principalmente nas observações que realizei em *Pet Shops*, que a maioria das pessoas que compra um cão o faz em um momento de impulso, sem medir as conseqüências que aquele ato trará para a sua vida futura.

Um cão, se for saudável, vive em média doze anos. Serão, portanto, doze anos destinados a cuidar deste animal. Feita a escolha e comprado o cão, voltei para casa com uma tarefa bastante árdua a realizar: convencer meu pai a aceitá-lo. Nunca tive cães em casa porque meu pai não gostava do contato com animais. Foram longos dias para conseguir convencê-lo a ficar com o animal em nossa casa. Por fim, ele se rendeu e permitiu que o cão ficasse. Para minha surpresa, sete meses depois quando me casei e decidi que levaria “Bravo” para meu novo lar encontrei resistência por parte de meus familiares. Eles me disseram que “Bravo” já era “membro da família” e que não poderiam “perder” dois “filhos” ao mesmo tempo. Percebi, nesse momento, que aquele cão também era visto pela minha família como “um filho”. Prometi que em breve lhes daria outro cão e tudo ficou bem.

Alguns meses depois, quando comecei a frequentar mais assiduamente os ambientes em que os cães são o centro dos relacionamentos, descobri que onde havia comprado “Bravo” era um canil “decadente”, que já tinha sido referência no passado. Esta revelação foi feita por um criador da mesma raça (Yorkshire), com o qual adquiri a nova mascote para os meus pais. “Sofia”. A cadela que eles batizaram com esse nome viria para me “substituir”, uma vez que tinha saído de casa para constituir minha nova família. Percebi que a cadela ocupava essa posição de “filha” quando vi que meus pais se referem a ela desta forma, chegando até mesmo a confundir nossos nomes, me chamando pelo nome de "Sofia" e a cadela pelo meu nome. Este fato acontece de modo tão espontâneo e inconsciente por parte deles que não me resta dúvida em afirmar que ela é realmente como uma “filha” para eles.

Devido a esses acontecimentos, comecei a ter uma relação de estranhamento com esse ambiente e a me questionar por que este tipo de atitude está se tornando cada vez mais comum na nossa sociedade.

Em julho de 2003, decidi montar um canil. Através dessa idéia comecei a perceber que existiam disputas de poder entre os criadores de cães. Logo no início das minhas incursões às Exposições Caninas acreditei estar presenciando relações de poder e hierarquia que se estendiam para além do mundo vivenciado nas Exposições de Cães. Conclui que os cães, principalmente para os criadores, são muito mais importantes para representá-los e identificá-los socialmente do que outros ícones mais facilmente apontados para tal, como marcas de roupa, de carros etc.

Durante seis meses (de outubro de 2004 a abril de 2005) freqüentei uma *Pet Shop*, diariamente, de segunda a sábado, preferencialmente na parte da tarde e da noite. Depois comecei a freqüentá-la em média três vezes por semana, em dias alternados, porém sempre no mesmo horário (de abril a outubro de 2005). Ou seja, minha pesquisa se dividiu em duas vertentes: a dimensão da afetividade com os cães que remete mais à concepção do cotidiano, das pessoas que têm animais de estimação como membro da família; e a dimensão das Exposições de Beleza de cães, onde um jogo de poder e hierarquia é travado a todo instante, mesmo fora do momento ritualizado em que as Exposições acontecem. Tanto uma dimensão quanto a outra são intermediadas pela lógica do consumo, tão importante nas sociedades modernas.

Sendo assim, outros desdobramentos desta pesquisa são possíveis. Destaco, entre estes possíveis desdobramentos, o estudo das categorias verbais que são atribuídas às pessoas quando estas são comparadas a animais, por exemplo. Ou ainda, o estudo de alguns ditados populares que envolvem animais e pessoas, que poderiam reforçar algumas concepções que os homens têm sobre a natureza domesticada e selvagem.

Um ponto fundamental que só foi mencionado e não aprofundado neste trabalho é a relação que é feita com a sexualidade humana quando se pensa as necessidades sexuais e/ou de procriação dos animais de estimação. Parece ocorrer uma relação antropomórfica

quando os proprietários dizem, por exemplo, que seu cão está agressivo pelo fato de nunca ter tido uma experiência sexual. A frase mais comum sobre esse assunto é que a "virgindade" do animal estaria "subindo para a cabeça", sendo que estudos na área do comportamento animal dizem que os animais só mantêm relações sexuais com a função de perpetuar a espécie e não por prazer, como ocorre entre os homens. O que percebi, portanto, é que sempre parece existir uma tentativa de compreender o universo do cão sob a nossa ótica social, ou seja, atribuindo-se aos animais as categorias e comportamentos humanos. Além disso, outra questão em essa pesquisa pode ser desdobrada é o fato da cinofilia ser composta em sua maioria de homens homossexuais. De forma geral, são poucas as mulheres que participam desse universo, mas também entre elas é possível perceber uma parcela que se define como homossexual. Normalmente, as mulheres que estão no ambiente das Exposições, estão lá acompanhando seus maridos, para ajudá-los. Poucas se arriscam como *handlers* e juízas. Uma hipótese pode ser o fato dos homens homossexuais não poderem ter filhos, procurando na figura dos cães encontrar esse sentimento de paternidade. Alguns deles dizem não gostarem de crianças e mesmo que fossem heterossexuais não teriam filhos, só cães. Também entre os casais heterossexuais percebe-se uma predileção em ter cães ao invés de filhos, pois as crianças nesse meio são muito poucas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARBOSA, Livia. *Sociedade de Consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- BAUDRILLARD, Jean. *O Sistema dos Objetos*. São Paulo: Perspectiva, 2000.
- BECKER, Howard. *Los Extraños. La sociología de la desviación*. Argentina: Tiempo Contemporáneo, 1971.
- BOURDIEU, Pierre. “Gosto de classe e estilos de vida”. In: *Pierre Bourdieu: sociologia*. Org. Renato Ortiz. São Paulo: Ática, 1983.
- \_\_\_\_\_. *La Distinción*. Espanha: Taurus, 2000.
- \_\_\_\_\_. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- COETZEE, J. M. *A vida dos animais*. São Paulo: Companhia das Letras: 2002.
- DA MATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis*. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.
- \_\_\_\_\_. *A Casa e a Rua*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.
- DEL PRIORI, Mary. *Histórias do Cotidiano*. São Paulo: Contexto.
- DESCOLA, Philippe. “Estrutura ou sentimento: A relação com o animal na Amazônia”. In: *Mana*.1998. n.4 (1)
- DURHAM, Eunice. "Chimpanzés também amam: a linguagem das emoções na ordem dos primatas". In.: *Revista de Antropologia*. São Paulo: janeiro - junho 2003. Vol. 46. nº 1.
- DURKHEIM e Mauss. “Algumas Formas Primitivas de Classificação”. In.: *Ensaio de Sociologia*. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- ELIAS, Norbert. *O Processo Civilizador*. Rio de Janeiro: Zahar, 1994. Vol. 1.
- FREIRE COSTA, Jurandir. *Sem fraude nem favor: Estudos sobre o amor romântico*. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.
- GARBER, Marjorie B. *Amor de Cão*. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- GEERTZ, C. *A Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

GOLDENBERG, Mirian. (org) *Novos Desejos: das academias de musculação às agências de encontros*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

GONÇALVES, José Reginaldo. "Autenticidade, memória e ideologias nacionais: o problema dos patrimônios culturais". In: *Fazendo Antropologia no Brasil*. ESTERCI, Neide, FRY, Peter e GOLDENBERG, Mirian (org.). Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LEACH, Edmund. "Aspectos antropológicos da linguagem: categorias animais e insultos verbais". In: DA MATTA, Roberto. *Edmund Leach : Antropologia*. São Paulo: Ática, 1983.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *O Pensamento Selvagem*. Campinas, SP: Papyrus, 1989.

\_\_\_\_\_. *As estruturas elementares do parentesco*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

MAUSS, M. *Marcel Mauss: Antropologia*. (Org.) OLIVEIRA, Roberto Cardoso. São Paulo: Ática, 1979.

ROCHA, Everardo. *Magia e Capitalismo: um estudo antropológico de publicidade*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

RODRIGUES, José Carlos. *Antropologia e Comunicação: princípios radicais*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2003.

ROSSI, Alexandre. *Adestramento inteligente: com amor, humor e bom senso*. São Paulo: CMS, 1999.

SAHLINS, Marshall. "A preferência de comida e o tabu nos animais domésticos americanos" In: *Cultura e Razão Prática*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

SHELDRAKE, Rupert. *Cães que sabem quando seus donos estão chegando: Pesquisas científicas explicam os poderes surpreendentes de nossos animais de estimação*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

STENGEL, Márcia. "As emoções e os processos de subjetivação". In.: *Interseções*. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2002. Ano 4. nº. 2.

THOMAS, Elisabeth Marshal. *A vida oculta dos cães*. Rio de Janeiro: Ediouro, 1995.

THOMAS, Keith. *O homem e o mundo natural: mudanças de atitude em relação às plantas e aos animais, 1500-1800*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

VELHO, Gilberto. *Individualismo e Cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

VIEIRA, Érika Souza. "Amor sob encomenda: Um estudo antropológico sobre as agências de encontros". In.: GOLDENBERG, Mirian. (org) *Novos Desejos: das academias de musculação às agências de encontros*. Rio de Janeiro: Record, 2000.